Міністерство освіти і науки України
Міжрегіональна Академія управління персоналом
Придніпровський інститут ПрАТ “ВНЗ “МАУП”, (м. Кременчук)
Університет економіки (м. Бидгощ, Польща)
Гданська політехніка (Politechnika Gdańska) (Гданськ, Польща)
Вища школа внутрішньої безпеки (м. Лодзь, Польща)
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
Криворізький національний університет

I Міжнародна науково-практична інтернет-конференція

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

Матеріали конференції

23 березня 2023 р.

Кременчук
2023

УДК 332.1(477)(082)
А43

Матеріали подано в авторській редакції.
Відповідальність за зміст та орфографію матеріалів несуть автори.

А43 **Актуальні проблеми та перспективи соціально-економічного розвитку регіону в умовах сучасних глобальних викликів:** матеріали I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (Кременчук, Придніпровський інститут МАУП, 23 березня 2023 р.) / за заг. ред. В. В. Татарінова. 2023. 443 с. : іл. Бібліогр. у кінці ст.

До збірника включено тези доповідей учасників, які досліджують актуальні проблеми економічного, соціально-культурного, інвестиційного та інноваційного розвитку економіки регіону.

УДК 332.1(477)(082)

ЗМІСТ

І МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЯ

“Актуальні проблеми та перспективи соціально-економічного розвитку регіону в умовах сучасних глобальних викликів”

(*23 березня 2023 р.*)

Я. А. АЛЬ-СЬЮФ

Національний технічний університет “Харківський політехнічний інститут”

ПРИСТОСУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЛЬВІВЩИНИ ДО СУЧАСНИХ УМОВ

Непрогнозовані обставини у вигляді введення воєнного стану в Україні значно вплинули на сплановану стратегію розвитку Львівської області в межах 2021–2027 [1] років та обумовили призупинення його реалізацію.

Наразі варто адаптуватися до нової статистичної, соціальної, макроекономічної інформації та заново оцінити економічний стан країни для подальшого впровадження спланованої концепції. Стан неконтрольованих змін ускладнює можливість розробки приблизних прогнозів, що потребує від економіки більшої гнучкості та адаптованості до обставин.

Робоча група, яка займалася розробкою концепції адаптації Львівщини під час воєнного стану, серед пріоритетних завдань поставила розв’язок транспортно-логістичного та інноваційно-технологічного хабу [2]. Крім того, інвестиційна діяльність має сприяти процвітанню аграрного сектору, що, як оцінюється, обумовить позитивний економічний ефект, зокрема, через розгортання будівництва для відновлення знищених бізнесів. Одночасно з цим, можливо буде забезпечити людей, що втратили свої будівлі, новим житлом, що в свою чергу дозволить не емігрувати та вносити свій вклад в економіку.

Окремо слід зупинитися на питанні браку робочої сили. Цю проблему можна вирішити шляхом забезпечення мобільності. Неодмінно, це позначиться і на туристичному бізнесі, що активно розвивався до початку воєнних дій. Львівщина завжди була відома своєю туристичною привабливістю та ландшафтним різноманіттям. Маючи вагомий потенціал у цьому контексті, реґіон потребує покращення добробуту населення, а це можливо лише за умов врахування міграції трудових ресурсів та вирішення проблем безпеки.

Важливим фактором є розміщення релокованих підприємств, що наразі має високий вплив на відновлення економіки України. Від початку воєнних дій на Львівщину релокували понад 800 підприємств і десь 30 відсотків із них планують і надалі там залишатися [3].

Загальна кількість релокованих підприємств у деяких областях України наведена у таблиці.

З даних таблиці можна зробити висновок, що Львівська область залишається лідером за кількістю релокованих підприємств, у відсотках це 24 %.

Кількість релокованих підприємств

Область	Відсоток релокованих підприємств
Львівська	24
Закарпатська	14,5
Чернівецька	9,8
Івано-Франківська	8,3
Хмельницька	7,3
Тернопільська	6,3

Джерело: складено за [4]

Адаптаційні аспекти також мають на меті розширити міжнародні партнерські відносини і це відкриє нові горизонти для розвитку економіки нашої держави, як на регіональному, так і на загальнодержавному рівні.

Отже, органи влади мають швидко пристосуватися до нових вимог, залишатися гнучкими та стійкими, щоб забезпечити економічну стійкість України. Оновлення ключових сфер життєдіяльності, створення основ для стратегічного розвитку та процвітання регіонів — запорука розбудови цілісної національної економіки.

Джерела

1. Стратегія розвитку Львівської області на період 2021–2027 років. 2019. Режим доступу: https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/05/strategiya-rozvytku-lvivskoyi-oblasti-na-period-2021-2027-rokiv.pdf
2. Володимир Квурт: про підготовку Концепції адаптації Львівщини до умов воєнного стану та на післявоєнний період. 2022. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://lvivoblrada.gov.ua/news/volodimir-kvurt-pro-pidgotovku-koncepciji-adaptaciji-lvivshchini-do-umov-vojennogo-stanu-ta-na-pislyavojennii-period
3. *Глубоченко К. О., Дорошенко О. М.* Аналіз сучасного стану ринку та перспективи туристичних послуг в Україні. *Електронне наукове фахове видання з економічних наук*. Миколаїв, 2021. С. 74. Режим доступу: https://modecon.mnau.edu.ua/issue/30-2021/glubochenko.pdf
4. Урядовий портал. За рік війни в більш безпечні регіони релоковано 800 підприємств. 2023. Режим доступу: https://www.kmu.gov.ua/news/za-rik-viiny-v-bilsh-bezpechni-rehiony-relokovano-800-pidpryiemstv-tetiana-berezhnahttps://www.kmu.gov.ua/news/za-rik-viiny-v-bilsh-bezpechni-rehiony-relokovano-800-pidpryiemstv-tetiana-berezhna

Науковий керівник: *А. С. Колєсніченко, канд. екон. наук, доц.*

АМРО ТАЙЄР
аспірант кафедри публічного адміністрування,
Навчально-науковий інститут управління, економіки та бізнесу, МАУП

ВПЛИВ КОМУНІКАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

При вивченні світового досвіду управління ризиками виникнення надзвичайних ситуацій, як техногенного, так і природного характеру, для подальшого використання в Україні важливо відзначити, що саме законодавство, спрямоване на мінімізацію ризиків виникнення надзвичайних ситуацій, має вагому роль у законодавства провідних країн світу. Система законодавства зменшення ризиків і наслідків надзвичайних ситуацій була створена впродовж багатьох років. В Україні система заходів щодо запобігання та ліквідації надзвичайних ситуацій потребує перегляду та удосконалення, оскільки вона не відповідає вимогам світового законодавства та не може реагувати на зростаючу кількість аварій, катастроф та інших надзвичайних ситуацій, які стаються щороку. Для України можна взяти приклад з Німеччини, де законодавство базується на суворих вимогах до гарантування безпеки життєдіяльності [2].

Як підкреслює дослідниця Т. В. Іванова, що надзвичайні ситуації не мають національного забарвлення, про що свідчить історичний досвід. Прикладом об’єднання зусиль може бути проведення міжнародних заходів із запобігання та реагування на надзвичайні ситуації транскордонного масштабу. Проте у випадку в Україні маємо справу з військовими діями і їх наслідками і тут органи публічного управління мають використовувати трохи іншу міжнародну практику.

Серед вітчизняних і зарубіжних вчених, які внесли значний вклад у розв’язання проблем безпеки у період надзвичайних ситуацій, можна відзначити В. Горбуліну, С. Пірожкова, Г. Почепцова, Г. Малинецького та В. Ярочкіна. Однак, практичні дослідження, в яких були комплексно розглянуті науково-теоретичні засади організаційно-правового забезпечення чи механізмів публічного управління, категорії чи відносини в сфері цивільного захисту, майже не проводилися. Із сучасних праць варто відмітити дослідження А. В. Миколюк “Публічне управління в умовах військового стану: питання ефективності”.

Дослідниця Гладун зауважила, що в сучасному світі, де інформаційні потоки зростають зі швидкістю світла, а терміни для прийняття рішень дуже обмежені, особливо в державних органах та місцевому самоврядуванні, надзвичайно важливо мати доступ до новітніх технологічних інструментів, які допоможуть оперативно аналізувати інформацію та приймати ефективні управлінські рішення, як у звичайних, так і у кризових ситуаціях [1].

Важливе значення в контексті нашої роботи має дослідження “Організація системи забезпечення національної стійкості на регіональному і місцевому рівнях: аналітична доповідь” (за заг. ред. О. О. Резнікової). У аналітиці розкрито різні аспекти забезпечення стійкості регіонів та територіальних громад, такі як методологічні, організаційні, правові та політичні аспекти. Проаналізовано кращі світові практики на прикладах округів безпеки в Нідерландах та місцевих форумів стійкості у Великій Британії. Також визначено проблеми та перспективи стійкості регіонів та територіальних громад в Україні та запропоновано рекомендації щодо формування комплексної моделі міжвідомчої взаємодії та координації діяльності в сферах національної безпеки та стійкості на регіональному та місцевому рівнях в Україні [3].

Проте, публічне управління в умовах війни є абсолютно новою темою для вітчизняної науки і потребує подальшої розробки.

Відповідальність за організацію і практичне здійснення оповіщення несуть керівники органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, керівники підприємств, установ і організацій суб’єктів господарювання. Первинна інформація про виникнення або виникнення надзвичайних ситуацій подається відповідними посадовими особами органів виконавчої влади, територіальних громад, підприємств, установ та організацій. Також вона може надходити від громадян.

Державна служба з надзвичайних ситуацій (ДСНС) відповідає за повідомлення та інформування місцевих органів виконавчої влади та органів управління про можливу або вже сталу надзвичайну ситуацію. Для цього використовується загальнодержавна автоматизована система централізованого оповіщення та система автоматизованого виклику. У випадку відсутності цілодобового чергування у місцевих органах виконавчої влади (органах місцевого самоврядування), територіальні органи Національної поліції можуть бути залучені до запуску місцевої автоматизованої системи централізованого оповіщення за допомогою технічних засобів.

Повідомлення про можливість виникнення або вже наявну надзвичайну ситуацію складаються державними та місцевими органами влади, керівниками підприємств і установ, де існує система оповіщення. Вони містять інформацію про природу та місце небезпеки, можливу зону порушення, а також рекомендації щодо безпеки. Таке повідомлення має бути своєчасним для громадян.

Тексти звернень до населення повинні бути написані державною мовою і мовою, якою говорить більшість населення в регіоні. Звернення записуються на магнітних стрічках на обох сторонах касети. Фонограми та друковані тексти зберігаються в запечатаних конвертах в оперативних чергових, які можуть розповсюджувати їх до населення в разі потреби. Дублікати фонограм та друкованих текстів зберігаються в запечатаних конвертах на радіотрансляційних вузлах, апаратних радіомовленнях, студіях телебачення і використовуються в разі аварії на зв'язку або неполадок з обладнанням оповіщення.

Забороняється відключати радіотрансляційні точки та абонентські лінії, через які здійснюється запуск електросирен від мереж державного радіо-

мовлення, демонтувати вуличні гучномовці без погодження з відповідними органами цивільного захисту. На особливий період, у випадку надзвичайних ситуацій техногенного характеру та воєнних дій, для всієї території України встановлені єдині сигнали оповіщення.

Джерела

1. *Гладун Ю., Ліпенцев А.* Побудова типового центру забезпечення публічної безпеки на прикладі ситуаційного центру головного управління національної поліції у Львівській області // *Ефективність державного управління*. 2016. Вип. 4 (49). Ч. 1. С. 119–128.
2. *Іванова Т. В.* Світовий досвід державного управління ризиками виникнення надзвичайних ситуацій техногенного та природного характеру // *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Державне управління*. 2020. Т. 31. № 4. URL: http://surl.li/folhk
3. Організація системи забезпечення національної стійкості на регіональному і місцевому рівнях : аналіт. доп. / [О. О. Резнікова, К. Є. Войтовський, А. В. Лепіхов]; за заг. ред. О. О. Резнікової. Київ : НІСД, 2021. 140 с.

В. Г. АНДРІЄНКО

ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

МЕТОДИКА ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Перед тим, як розглядати певні критерії ефективності маркетингових стратегій, необхідно зупинитися на загальних принципах оцінки ефективності економічних стратегій. Слід особливо наголосити на винятковій важливості обліку зовнішніх факторів економічного середовища функціонування компанії, — починаючи зі стадії обґрунтування цілей та рівня можливої ефективності [1, с. 34].

Крім того, в основу оцінок ефективності стратегій можуть бути покладені такі основні принципи, які застосовуються до будь-яких типів стратегій — реалізації технічних, технологічних, фінансових, маркетингових та інших проектів у рамках стратегічного плану [2, с. 2153]:

- розгляд проекту протягом усього його життєвого циклу (розрахункового періоду) — від проведення попередніх досліджень до припинення проекту;
- моделювання грошових потоків, що включають усі пов’язані із здійсненням стратегії грошові надходження та витрати за розрахунковий період з урахуванням можливості використання різних валют;

- сумісність умов порівняння різних проектів (варіантів реалізації стратегії);
- принцип позитивності та максимуму ефекту.

Для того, щоб проект був визнаний дієвим, дуже важливо, щоб результат від здійснення стратегії був позитивним при порівнянні альтернативних проектів перевага має надаватися проекту з найбільшим значенням ефекту.

Оцінюючи ефективність проекту повинні враховуватися різні аспекти чинника часу, зокрема динамічність (зміна у часі) параметрів проекту та її економічного оточення:

- розриви у часі між виробництвом продукції чи надходженням ресурсів та їх оплатою;
- нерівноцінність різночасних витрат та/або результатів (переважність більш ранніх результатів та пізніших витрат);
- облік лише майбутніх витрат та надходжень.

При розрахунках показників ефективності повинні враховуватися тільки витрати та надходження, що мають бути в ході здійснення проекту, включаючи витрати, пов'язані із залученням раніше створених виробничих фондів, а також майбутні втрати, безпосередньо викликані здійсненням проекту (наприклад, від припинення діючого виробництва у зв'язку з організацією на його місці нового) [2, с. 206].

При визначенні ефективності стратегії повинні враховуватися всі наслідки його реалізації як безпосередньо економічні, так і позаекономічні (зовнішні ефекти, суспільні блага). У тих випадках, коли їх вплив на ефективність припускає кількісну оцінку, її слід зробити:

- облік наявності різних учасників проекту, розбіжності їхніх інтересів та різних оцінок вартості капіталу, що виражаються в індивідуальних значеннях норми дисконту;
- облік впливу інфляції (облік зміни цін на різні види продукції та ресурсів у період реалізації стратегії) та можливості використання при реалізації проекту кількох валют;
- облік (у кількісній формі) впливу невизначеностей та ризиків, що супроводжують реалізацію стратегії.

Система оцінювання ефективності маркетингових стратегій розробляється з метою переконання, що фірма досягла потрібного рівня обсягів продажу, доходу та інших завдань, які були поставлені у її маркетинговому та стратегічному плані. Загалом ці плани відображають ефект роботи фірми з планування, який показує, як мають бути розподілені запаси між ринками, товарами і операціями комплексу маркетинга-микс. Дані плани складаються з постатейного бюджету і, здебільшого, до дрібниць перераховують операції, очікувані кожного підприємства — всередині чи зовні маркетингового відділу чи відділення — і які розглядаються як необхідних здійснення завдань із забезпечення конкурентоспроможності і фінансових завдань фірми. Перше і найголовніше завдання для маркетингу — це обсяг продажів, що досягається фірмою або одинична позиція “продукт/ринок”. [1, с. 125].

Для вдосконалення маркетингової роботи та підвищення конкурентоспроможності, компаніям слід систематично проводити аналіз дієвості маркетингової роботи. Враховуючи думки деяких авторів, можна сформулювати висновок, що маркетологи не мають єдності з цього питання. Багато вчених думають, що дієвість маркетингових стратегій щодо конкретної підприємства (галузі, групі галузей) формується з результатів вдосконалення виробничо-збутової роботи з деяким основним лініям: потрібна експлуатація можливостей ринку, включаючи нового товару; збільшення достовірності прогнозного оцінювання; виявлення сегменту ринку цих продуктів; збільшення точності в аналізуванні балансу ринків та ін. Все-таки, надати єдину чисельну оцінку за представленими напрямками складно.

Багато практик стверджують, що ефект маркетингової діяльності полягає в зростанні обсягів продажів і прибутку. Однак, на кінцеві результати впливають окрім маркетингу та інші складові потенціалу підприємства — менеджмент, кадри, виробничі можливості (обладнання, технологія), фінанси, тому така оцінка є надто спрощеною. Г. Ассель пропонує оцінювати ефективність маркетингової діяльності як ефективність витрат на маркетинг. При цьому за допомогою економіко-статистичних методів досліджується залежність між витратами на маркетинг та результатом — обсягом продажу чи прибутком [1, с. 436].

М. Мак-Дональд стверджує, що емпіричний підхід кращий, ніж кількісний. За результатами проведених досліджень, автором робиться висновок: для того, досягнення досконалого маркетингу необхідні лише 3 основні речі: удосконалення системи інформації; визначення та оцінка ефективності маркетингової активності; додатків на навчання та розвиток персоналу.

Отже, наука поки що не виробила методичних засад єдиної оцінки ефективності маркетингу, доступної для практичного застосування в аналізі роботи компанії та консалтингових служб. Для вирішення ключового питання маркетингу потрібне таке. Маркетингова активність на практиці виконується шляхом застосування функцій маркетингу — аналізу ринку, поділу ринку та вибір цільових сегментів ринку, розміщення товару, формування ефективного товарного асортименту, введення на ринок нових товарів, встановлення гнучкої політики цін, вибір ефективних каналів збуту та організація збутової діяльності, здійснення ефективної комунікаційної діяльності Головними функціями управління є складання плану організація, тому від того, наскільки якісними та об'єктивними будуть плани маркетингу та від ефективного складена служби маркетингу залежить успіх усієї маркетингової діяльності.

Втім ефективність цих функцій маркетингу та управління може бути оцінена лише шляхом експертної оцінки. Фахівці мають бути обслуговуючим персоналом компанії. Оцінка ефективності стратегії маркетингу на підприємстві має рентабельність комерційної діяльності компанії та її конкурентоспроможність щодо розрахунку динаміки показників.

Частка доходів підприємства від комерційної активності є вирішальним фактором для оцінки якості організації, функціонування та управління сис-

темою маркетингу підприємства, оскільки в кінцевому рахунку метою є комерційною компанією, є максимізувати прибуток, який він отримує.

Джерела

1. *Балабанова Л. В.* Стратегічний маркетинг : підручник / Л. В. Балабанова, В. В. Холод, І. В. Балабанова. К. : Центр учбової літератури, 2012. 630 с.
2. *Гаркавенко С. С.* Маркетинг: підручник. 7-ме вид. К. : Лібра, 2010. 720 с.
3. *Іванечко Н. Р.* Процес формування маркетингової стратегії // *Вісник Дніпропетровського університету.* 2014. № 10/1. Т. 22. Дніпропетровськ : Вид-во ДНУ ім. О. Гончара. С. 123—131.

Науковий керівник: *І. А.Фігуровська, старший викладач*

Т. В. АНДРУШКО

ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНОЇ СИСТЕМИ МЕТОДІВ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Однією з ключових функцій управління й однією з важливих умов досягнення стратегічної мети розвитку підприємства є проблема мотивації персоналу. Тому, в сьогоденні від персоналу вимагається все більше професійних навичок. Спонукання до рішучих дій людського фактора є рушійною силою інноваційних змін, які завдяки об'єднанню мотивації та постійному професійному розвитку персоналу, можуть бути досягненні. В сучасних умовах інноваційного розвитку існують суперечки щодо впровадження нових методів мотивації та стимулювання трудової діяльності працівників. Всупереч на очевидні методи щодо використання інноваційних методів, на сьогоднішній день залишається недостатній розвиток системи управління персоналу, і це є ключовою проблемою для багатьох вітчизняних підприємств, тому питання щодо удосконалення методів мотивації праці особливо актуальне [2, с. 364].

Мотивація персоналу у широкому розумінні — це процес спонукання працівників до активної діяльності для досягнення цілей організації. В сучасних умовах господарювання для мотивації працівників підприємства, в першу чергу, використовують два методи мотивації: матеріальний, даний метод найбільш поширений, до якого відноситься заробітна платня, премії та надбавки, та нематеріальний, до якого належить самоствердження, розвиток професійних навичок, визначення, кар'єрне зростання тощо.

На сьогодні керівники переважно застосовують методи матеріальної мотивації, яка складається з двох частин: фіксована заробітна плата (постійна) і премії, бонуси, надбавки (змінна). Керівники підприємств крім матеріальних винагород користуються системою моральних стимулів, а саме мають

одноразовий (занесення на дошку пошані) або систематичний характер (нагородження працівників тижня/місяця/року). У сучасних економічних умовах більшість молодих та перспективних працівників, така система винагороди може не влаштовувати. В наш час в Україні безробіття зростає й у роботодавців не має позитивного ставлення до проблем мотивації, тому у трудовій діяльності починають переважати короткострокові цілі та ціннісні орієнтації. В законодавчій базі постійно відбуваються зміни, щодо трудових цінностей, це сприяє погіршення та не адекватність ціни робочої сили — згідно цьому у людей з'являється байдужість до свого професійного росту та виникає питання переосмислити ефективність наявних стимулів, або почати пошук нових і розробити систему інноваційної мотивації [1, с. 193].

Для впровадження певних технологій, а саме, організаційні інструменти, які спонукають працівників до ефективної трудової діяльності, забезпечують на позитив персоналу своєю працею, направляють на досягнення цілей організації, такі технології супроводжуються значними труднощами. Пов'язано це з конфліктом та особливостями інтересів працівників, а також їх менталітету, є люди які прагнуть змін, а для деяких такі зміни супроводжуються стресовими ситуаціями. Тому, перед впровадженням нової мотиваційної системи, потрібно доцільно розглянути основні положення моделей мотивації. Герчиков В. І., який запропонував класифікацію типів персоналу, поділяє весь персонал на 5 типів: інструменталісти — вони зацікавлені у матеріальній винагороді, для них трудовий процес не є цінністю; професіонали — цінують зміст праці і передусім шукають можливості для успішного виконання складної роботи; господарі — беруть на себе повну відповідальність за справу без будь якого контролю; патріоти — цінують результативність загальної справи та визначення керівництвом їх заслуг; уникаючи — не прагнуть працювати й роблять це, лише тому, щоб уникнути покарання [2, с. 366].

При створенні інноваційної системи мотивації персоналу слід працювати в двох напрямках: 1. Забезпечення співробітників оптимальними робочими умовами праці (непрямий вплив на мотивацію персоналу). 2. Створення системи прямого впливу на трудову поведінку персоналу компанії. У першому випадку фактори, що впливають на мотивацію персоналу наступні:корпоративна культура; привабливість умов праці;соціально-психологічний клімат в колективі і т. д.

Одним із ключових моментів в розробці для підприємств інноваційних методів мотивації, є психологічна характеристика працівників, в цій чи іншій ситуації, за допомогою характеристики можна підібрати найбільш дієвіші методи. Однак буде не достатньо обмежитись лише психологічною характеристикою, так як не будуть враховані особисті мотиви працівників та їх потреби. Вербицька Г. Л. виділяє наступні провідні мотиви діяльності: інтелектуальні, матеріальні, моральні, статусні. Добролюбов Є. А., виділяє основні напрямки у розробці інноваційних методів: економічне стимулювання, управління за цілями, збагачення праці, система участі, дані напрями потрібно впроваджувати при формуванні мотивації праці персоналу підприємства.

Сьогодні ведучі підприємства впроваджують інноваційні методи мотивації персоналу, базуючись на прямому впливі на робоче поведінку персоналу. Інновацією в сфері мотивації персоналу вважається персоніфікований спосіб впливу на співробітника, що виконує стимулюючу функцію і спонукає до високоефективної трудової діяльності. Основні фактори, що сприяють застосуванню інноваційних методів мотивації: нові соціальні, індивідуальні, організаційні потреби, викликані глобалізацією бізнесу; підвищення рівня професіоналізму керівників середньої і вищої ланки у сфері організаційного управління; потреба в забезпеченні розвитку компанії (навіть до кризової ситуації); спрямованість принципів управління на попит і пропозицію сучасного технологічного укладу; усвідомлення керівниками важливості впровадження інноваційних методів управління персоналом, з метою підтримки конкурентоспроможності компанії на ринку; орієнтація управлінців на демократичний стиль управління; зацікавленість співробітників у впровадженні інноваційних технологій; формування корпоративної культури, що сприяє появі інноваційних методів мотивації працівників; розгляд і прийняття співробітників компанії як“Інтелектуальний капітал” організації [3, с. 201].

Пропонуєтьс модель впровадження інноваційних методів мотивації персоналу (під моделлю в даному випадку мається на увазі процес впровадження інноваційних методів в систему мотивації): метод “Цілепокладання”; метод “Делегування повноважень”; метод “Інтеграція в корпоративну культуру”; метод “Розвиток персоналу”; метод “Управління кар’єрою”.

Закордонний досвід мотивації персоналу заслуговує уваги, а саме Японської та Французької моделей. Японська модель мотивації персоналу базується на трьох факторах: професійна майстерність, вік та стаж роботи. В Японії, без підвищення кваліфікації працівника, неможливе автоматичне підвищення заробітної плати, і це добре стимулює останнього розвиватись. Французька модель мотивації містить дві складові, які формують заробітну плату працівника, та врахування індивідуального внеску кожного працюючого. Індивідуальна складова базується на професійній кваліфікації, якості роботи, що виконується. Урахування великого досвіду японських та французьких управлінців, дає можливість керівникам розкривати потенціал кожного працівника, одночасно вирішувати задачі підприємства. В умовах інноваційного розвитку, система мотивації праці базується не лише на створення умов для досягнення високих результатів, але створює умови для ефективного управління підприємством в цілому.

Таким чином, нова, прогресивна та інноваційна система мотивації праці, має бути комплексною, а саме, містити матеріальні та не матеріальні методи, спиратись на психологічні властивості особистості працівника, а також враховувати закордонний досвід, який може бути корисним в українських умовах господарювання.

Джерела

1. *Грінько І. М.* Методи дослідження та вдосконалення мотивації праці в системі управління промисловими підприємствами // *Теоретичні і практичні аспекти*

економіки та інтелектуальної власності: зб. наук. пр. у 2-х т. Маріуполь: ПДТУ, 2010. Т. 2. С. 192–196.
2. *Музиченко-Козловський А. В.* Основні елементи механізму мотивування працівників / А.В. Музиченко-Козловський, А.В. Колодійчук // *Науковий вісник НЛТУ України*. 2011. Вип. 21.6. С. 361–367.
3. *Щербак В. Г.* Розробка системи мотивації персоналу підприємства / В. Г. Щербак, І. В. Яцук // ІІ всеукраїнська наукова конференція "Освітньо-ініціативна інтерактивна платформа "Підприємницькі ініціативи". 2017. С. 199–206.

Науковий керівник: *П. І. Сокуренко, канд. екон. наук, доц.*

Д. С. АНТОНЕНКО
Горлівський інститут іноземних мов ДВНЗ ДДПУ

ВПЛИВ МОТИВАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ГОТОВНОСТІ СТУДЕНТА ДО ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

На сьогоднішній день гостро постає проблема конкурентоспроможності спеціалістів на ринку праці. В умовах швидко мінливих соціальних, економічних, політичних завдань професійна компетентність майбутніх спеціалістів є ключовою. Професійна діяльність спеціаліста ускладнюється, з кожним днем висуваються нові вимоги до працівника.

Стійкість, стабільність та якість професійної діяльності обумовлюються особливостями психологічної готовності спеціаліста, проблема формування якої є однією із важливих у сучасному суспільстві.

Поняття психологічної готовності до професійної діяльності пов'язане з поняттям психологічна готовність до дії та праці. С. Л. Рубінштейн писав, що будь-яка діяльність людини походить від неї як особистості і як суб'єкта цієї діяльності. Він вважав, що при єдності діяльності, її вихідних мотивів та кінцевих цілей сама діяльність стає мотивами та цілями особистості. Ми дотримуємося погляду С. Л. Рубінштейна, який наголошує, що вивчаючи психологічну сторону діяльності, ми вивчаємо психологічну сторону особистості в процесі діяльності [1, с. 38].

Сукупність факторів, що впливають на процес формування психологічної готовності студента до професійної діяльності, слід враховувати на всіх етапах здобуття освіти. На думку О. Н. Леонтьєва, всі фактори доцільно розділити на дві групи: об'єктивні (економічні, політичні та культурні особливості суспільства) та суб'єктивні (мотиваційно-споживча сфера людини, її цінності, особистісні якості, здібності) [1, с. 27].

Існує багато важливих факторів стимулювання майбутньої професійної діяльності студента, які допомагають формувати професійну мотивацію. На думку Р. І. Цвєткової їх можна систематизувати за двома групами:

1. Соціально-психологічні фактори: макросередовищні (загальнодержавні, регіонально-етнічні), мікросередовищні (чинники сім'ї, ЗВО, громадських організацій, неформальних об'єднань).

2. Загальнодержавні фактори: економічні, політичні, культурно-моральні умови життя людей в країні, засоби масової інформації.

Відбиваючись у свідомості, актуальні потреби спонукають і направляють студента до освоєння майбутньої професійної діяльності.

Відомий той факт, що студент, який має розвинену мотивацію до професійної діяльності, більше схильний до досягнення високих результатів, ніж його одногрупники з менш розвиненою мотивацією, навіть якщо він більш здатний. Тобто різний рівень успішності студентів може бути обумовлений різним ступенем мотивації до професійної діяльності.

Про вплив мотивації на успішність професійної діяльності каже нам насамперед наявність у студента мотиву досягнення. Якщо розглядати даний мотив у контексті професійної діяльності, він працює в таких аспектах як кар'єра, а саме мотиви професійного зростання та соціального успіху, і у питаннях професійного та особистісного розвитку (мотив самовдосконалення). Мотив досягнення можна визначити одним із основних критеріїв успішного здійснення професійної діяльності, що зумовлює розвиток особистості у професійному відношенні [2].

Важливі завдання професійної організації полягають в управлінні переліченими факторами, у забезпеченні необхідних умов для всебічного професійного розвитку особистості, а також у підготовці ефективної адаптації майбутніх фахівців у їхній професійній діяльності.

Джерела

1. *Дусавицький А. К.* Мотиви навчальної діяльності студентів: навч. посіб. Харків: ХДУ, 2013. 55 с.
2. *Останіна Є. А.* Система стимулювання професійної діяльності студентів // *Світ освіти — освіта у світі*. 2016. № 2. С. 142–150.

Науковий керівник: *Д. С. Дроздова, канд. пед. наук, доцент кафедри психології*

І. Є. АФАНАСЬЄВ
канд. екон. наук, старший викладач кафедри менеджменту і адміністрування, Криворізький національний університет

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ РИЗИКУ РОЗВИТКУ ГІРНИЧИХ РОБІТ У КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ ВИКОРИСТАННЯМ РЕСУРСІВ ЗАЛІЗОРУДНОЇ СИРОВИНИ

Аналіз теорії прогнозування динаміки розвитку гірничих робіт у процесі розробки залізорудних родовищ у формалізованій постановці завдань підвищення результативності процесів уточнення експлуатаційних параметрів ресурсів залізорудної сировини (ЗРС) гірничорудного підприємства (ГРП) дав змогу виділити й класифікувати найбільш суттєві характеристики неоднорідності елементів і зв'язків для системи операційно-орієнтованого розподілу обсягів ресурсів ЗРС у контексті даного дослідження: мінливість, наявність зовнішнього економічного середовища, протиінтуїтивна поведінка, тенденція до погіршення характеристик, взаємозалежність, організація. Виходячи з наведеної класифікації, формування опису процесу статистичних випробувань складається з двох частин: статичного і статистичного подання. Ймовірнісний характер геологічної інформації, що слугує вихідною інформацією для прогнозування економічних результатів діяльності ГРП, як правило, не враховується при геолого-економічній оцінці родовищ. Останнє, невиправдано, посилює можливість зростання виробничо-економічного ризику підприємства [1, с. 37–41; 3, с. 334–342].

Зменшення впливу фактору невизначеності результатів геолого-економічної оцінки родовищ на ефективність ГРП можна досягти удосконаленням оцінювання ризику прогнозу (планування) виходу (виробництва) концентрату, яке повинно враховуватися в процесі оперативного управління операційно-орієнтованим розподілом обсягів ресурсів залізорудної сировини в підсистемі ГРП "кар'єр – збагачувальна фабрика". Зазначене, обумовлює необхідність використовувати наявні емпіричні дані безпосередньо та теоретико-імовірнісні розподіли [1, с. 38]. При цьому, важливе значення має визначення умов доцільності варіантів використання методичних підходів щодо статистичного моделювання випадкових економічних і ключових відносних якісних показників ресурсів ЗРС ГРП та їх числових характеристик на підставі виявлених законів нормального або ж довільного розподілу випадкових величин.

Дослідження числових характеристик результативного показника виходу залізорудного концентрату γ з руди в межах теорії оперативного управління операційно-орієнтованим розподілом обсягів ресурсів ЗРС здійснюється відносно окремих блоків кар'єру при заданих умовах: u — кількість блоків, які на даний момент часу розробляються в кар'єрі, $k = 1 \div u$; δ —

порядковий номер значення виходу концентрату γ замовленої якості β_j (j = 1, 2, ... n) з руди якістю α_δ, отриманою в результаті дослідження певного δ-го інтервалу свердловин блоку, $\delta = 1 \div m_k$, так і для можливих комбінацій рудопотоків C_u^d, де d — кількість блоків, задіяних в одному рудопотоці.

Використовуючи покрокову процедуру для блоків (на кожному k-му кроці) визначаються числові характеристики випадкового показника виходу залізорудного концентрату γ з руди:

$$\left\{\gamma_{\delta_j}^{(k)}\right\} \to M_k\left(\gamma_j\right) \to \sigma_k^2\left(\gamma_j\right) \to \sigma_k\left(\gamma_j\right), \quad k = 1 \div u, \tag{1}$$

де $M_k\left(\gamma_j\right), \sigma_k^2\left(\gamma_j\right), \sigma_k\left(\gamma_j\right)$ — математичне сподівання, дисперсія і середнє квадратичне відхилення значень виходу концентрату γ з руди, обумовлених якісними характеристиками ЗРС у блоках кар'єру; $\left\{\gamma_{\delta_j}^{(k)}\right\}$ — масив значень виходу концентрату γ з руди, обумовлених якісними характеристиками ЗРС у блоках кар'єру.

Аналогічно для можливих комбінацій рудопотоків C_u^d, використовуючи для них покрокову процедуру (на кожному i-му кроці, i = 1, ... C_u^d), визначаються числові характеристики випадкового показника виходу залізорудного концентрату γ з руди:

$$\left\{\gamma_{\delta_j}^{(i)}\right\} \to M_i\left(\gamma_j\right) \to \sigma_i^2\left(\gamma_j\right) \to \sigma_i\left(\gamma_j\right), \quad i = 1 \div C_u^d, \tag{2}$$

де $\left\{\gamma_{\delta_j}^{(i)}\right\}$ — масив значень виходу концентрату γ з руди, обумовлених якісними характеристиками ресурсів ЗРС у рудопотоках в межах виробничого ланцюга ГРП "акумулюючий склад – збагачувальна фабрика"; δ — порядковий номер значення виходу концентрату γ замовленої якості β_j (j = = 1, 2, ... n) з руди якістю α_δ, отриманою в результаті дослідження певного δ-го інтервалу свердловин блоків, задіяних в одному рудопотоці, $\delta = 1 \div m_i$; $M_i\left(\gamma_j\right), \sigma_i^2\left(\gamma_j\right), \sigma_i\left(\gamma_j\right)$ — математичне сподівання, дисперсія і середнє квадратичне відхилення значень виходу концентрату γ з руди, обумовлених якісними характеристиками ЗРС у блоках кар'єру, задіяних в одному рудопотоці.

Удосконалення теорії оперативного управління операційно-орієнтованим розподілом обсягів ресурсів ЗРС на підґрунті оцінювання виробничо-економічного ризику, що дозволяє моделювати випадкові техніко-економічні показники з необхідною надійністю (ймовірністю), базується на наступних основних умовах [2, с. 12] функціонування системи "кар'єр – збагачувальна фабрика".

Перша умова. Оцінювання виробничо-економічного ризику повинно враховувати безперервний вплив геологічних особливостей руд у рудопотоці на технологічні та економічні показники збагачення. Проявляється при формуванні в кар'єрі розділених рудопотоків за промисловими типами і технологічними сортами руд з їхнім наступним подрібненням і збагаченням за індивідуальними режимами, забезпечуючи досягнення максимально можливих рівнів продуктивності обладнання. Дія цієї умови здійснюється через рудопотік, що формується в кар'єрі й подається на подрібнення

та виражається за допомогою залежності техніко-економічних показників подрібнення і збагачення від контрольованих об'ємно-якісних параметрів вихідної сировини.

Друга умова. При оцінюванні виробничо-економічного ризику вважається, що забезпечується безперервне дотримання технології проведення гірничих робіт у кар'єрі. Воно базується на таких законах: законі динамічності робочих забоїв; законі співвідношення швидкостей зниження гірничих робіт і просування робочих уступів; законі відповідного розвитку гірничих робіт на суміжних робочих уступах. Дія цієї умови при здійсненні гірничих робіт у кар'єрі проявляється в необхідності виконання типових техніко-економічних і технологічних умов, правил, паспортів, схем функціонування підсистеми "кар'єр" при існуючій технології і системі розробки.

Третя умова. При оцінюванні виробничо-економічного ризику вважається, що забезпечується безперервність підтримки обладнання у працездатному стані. Дія умови проявляється при виникненні й ліквідації аварій. Реалізується за допомогою проведення підготовчо-заключних операцій, технічних оглядів, середніх, планово-попереджувальних і капітальних ремонтів. Виражається за допомогою групи показників, які розділяються на часткові (коефіцієнт змінності, коефіцієнти використання виробничих потужностей і т. п.) та узагальнюючі (коефіцієнт використання інвентарного парку, коефіцієнт технічної готовності й т. п.).

Аналіз показує, що перераховані умови є відносно рівноправними, незалежними і не виводяться одна з одної [2, с. 13]. Вони стосуються основних аспектів діяльності гірничого підприємства, а саме: природних ресурсів, техніки й технології.

Дія перерахованих вище умов проявляється у будь-який відрізок часу й у будь-якій точці простору кар'єру, і враховується при розробці регламенту функціонування технологічних процесів. Регламент розробляється за рахунок реалізації функцій теорії оперативного управління операційно-орієнтованим розподілом обсягів ресурсів ЗРС.

Економіко-математичне моделювання процесів оперативного управління операційно-орієнтованим розподілом обсягів ресурсів ЗРС з урахуванням виробничо-економічного ризику, що базується на основних умовах функціонування системи "кар'єр – збагачувальна фабрика", дозволяє прогнозувати випадкові техніко-економічні показники розробки залізорудних родовищ з необхідною надійністю (ймовірністю).

Проведені дослідження економічних ризиків, що виникають у процесі виробничо-господарської діяльності ГРП, показали, що функціонування підсистеми "акумулюючий склад – збагачувальна фабрика" спрямовано на суворе виконання заданих нормативних техніко-економічних показників (зокрема, коефіцієнтів пропорційності, безперервності, паралельності, прямоточності, ритмічності), які являють собою регламент роботи технологічних процесів. Показано, що відхилення від цих показників спричиняють порушення ритмічності роботи підприємства та інших основних принципів раціональної організації виробництва ГРП.

Таким чином, збільшення потужності розроблених моделей за рахунок введення системи вагових коефіцієнтів оцінки якості залізної руди відносно використання виробничих потужностей кар'єру для різнотипних блоків та експлуатаційних горизонтів повинно суттєво підвищити раціональність оцінки отриманих результатів з урахуванням ризику прийняття рішень з точки зору зменшення невиправданих витрат при підготовці ресурсів ЗРС до збагачення в процесі формування декількох розділених рудопотоків.

Отже, проведення статистичного експерименту щодо уточнення економічних показників результатів виробничо-господарської діяльності ГРП та їх числових характеристик може суттєво покращити результативність теорії оперативного управління у межах операційно-орієнтованого розподілу обсягів ресурсів ЗРС при роботі кар'єру в режимі формування різних рудопотоків з урахуванням ризику. Разом з тим, збільшуються можливості щодо ефективної розробки техногенних родовищ у майбутньому, коли необхідно реально роздільно складувати різні сорти і типи неокислених та окислених залізистих кварцитів.

Джерела

1. *Афанасьєв Є. В., Афанасьєв І. Є., Меленцова К. О.* Удосконалення механізму управління економічною ефективністю результатів операційної діяльності залізорудного підприємства // *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 31. С. 37–41.
2. *Бабец Е. К., Горлов Н. И., Жуков С. А.* Ситуационное управление технологическими процессами добычи и переработки руд (Производственный менеджмент): монография. Днепропетровск: Наука и образование, 2001. 289 с.
3. *Нусінов В. Я., Афанасьєв І. Є.* Удосконалення методичних підходів до визначення показників економічної ефективності функціонування гірничозбагачувальних підприємств // *Економічний аналіз*: зб. наук. пр. Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного ун-ту "Економічна думка", 2013. Т. 13. С. 334–342.

Є. В. АФАНАСЬЄВ

д-р екон. наук, професор кафедри менеджменту і адміністрування,
Криворізький національний університет

УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ В ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА КРИТЕРІЄМ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО РИЗИКУ

В інвестиційно-інноваційній діяльності підприємства особливо актуальним для інвестора є врахування всіх можливих ризиків як зовнішнього, так і

внутрішнього його середовища. При цьому, слід наголосити на тому, що ризик є однією з невід'ємних складових в ринковій діяльності підприємства. Перш за все це пов'язано із впливом кожного учасника ринкових відносин на сам ринок та як наслідок на динаміку і тенденції його трансформаційних процесів. До головних факторів впливу відносять наступні: адміністративно-правові, організаційні, політичні, міжнародні, комерційні та економічно-соціальні [1, с. 112–114]. Однак, слід зазначити, що в інвестиційно-інноваційній діяльності із зростанням рівня ризику розширюються умови бізнесу для можливостей збільшення прибутковості підприємства.

Сучасні умови господарювання вимагають застосування гнучкої системи управління бізнес-процесами підприємства в межах якої реалізується комплекс заходів, спрямованих на протидію ризикам обумовлених впливом факторів невизначеності й конфліктності конкурентного ринкового середовища. Ефективним інструментом для виявлення загроз і можливостей підприємства є використання теоретико-методологічних і прикладних методичних підходів щодо моделювання результатів управлінських та інвестиційно-інноваційних бізнес-процесів діяльності суб'єктів господарювання. Існуючий на сьогодні інструментарій ризикології не завжди надає можливість отримати чіткі прогнози щодо перебігу бізнес-процесів підприємства, але може суттєво сприяти зменшенню варіації результатів його інвестиційно-інноваційного розвитку та максимізувати ймовірні вигоди шляхом нівелювання ризиків можливих загроз за рахунок використання критеріїв раціонального обґрунтування управлінських рішень за умов невизначеності й конфліктності.

Проведення всебічного та багатофакторного аналізу з використанням всіх можливих критеріїв і сценаріїв інвестиційно-інноваційного розвитку підприємства, оперуючи достатньо великим обсягом наявної інформації задля зменшення впливу факторів ризику до мінімально можливого рівня обумовлено впливом непередбачуваних факторів і тих факторів, які неможливо врахувати через ті чи інші обставини. Багатофакторний аналіз передбачає використання кількісних (формальних) і якісних методів, що дозволяє враховувати і досліджувати впливи всіх виявлених факторів як окремо, так і загалом.

При використанні інструментарію математичного моделювання для прогнозування якісних і кількісних фінансово-економічних показників результатів інвестиційно-інноваційній діяльності підприємств, як економічних систем, слід враховувати основні принципи стохастичної теорії статистики та закономірності взаємозв'язку між окремими статистичними показниками [2].

В результаті проведення аналізу наявного арсеналу моделей, які можуть із заданим рівнем достовірності описати можливі тенденції змін прогнозованих показників бізнес-процесів і на підставі сукупності обраних одиничних критеріїв обирається модель, в якій проявляються найбільш тісні взаємозв'язки між ключовими параметрами функціонування виробничо-економічної системи. Слід зазначити, що ряд результативних якісних і фінансово-е-

кономічних показників характеризуються як випадкові дискретні величини та мають закони розподілу, які не завжди вдається звести до нормального. Тому моделювання та прогнозування кількісних значень таких показників доцільно здійснювати на основі граничних теорем теорії ймовірностей закону великих чисел, де урахування ризику дає можливість з достатньою достовірністю досліджувати їх як випадкові величини з нормальним чи довільним законом розподілу.

Головною особливістю вищеперерахованих методів є те, що вони базуються на історично накопичених знаннях, що перевірені часом та випробувані на практиці. Слід зазначити, що будь-яка оцінка ризиків завжди буде суб'єктивною і не гарантує своє відображення на практиці.

Отже, в процесі здійснення інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства слід приділити значну увагу пошуку та аналізу інформації, прогнозуванню й оцінюванню ризиків, фінансово-економічному-обґрунтуванню управлінських рішень і використанню антикризових заходів для запобігання впливу негативних факторів на бізнес-процеси та ефективного інвестиційно-інноваційного механізму.

Важливим удосконаленням інвестиційно-інноваційного механізму підприємства є використання методичного підходу щодо оцінювання потреби залучення коштів у сфери діяльності підприємства на основі раціонального обґрунтування використання різних форм і стратегічних напрямків інвестування у процесі перебігу його стадій життєвого циклу. При цьому, доцільним є запропонувати використання методичного підходу, заснованого на критерії беззбиткової діяльності як ключового аспекту антикризового управління з урахуванням оцінок запасу фінансової міцності та підприємницького ризику. Це надає можливість раціонально використовувати форми реалізації інвестицій у розвиток виробництва, кадри, освоєння нових ринків і нових видів продукції та інші види діяльності.

В якості інтегрованих оцінок економічної доцільності інвестування коштів у процесі господарської діяльності підприємства доречним є використання критичних значень індикаторів потреби в інвестуванні відповідних сфер діяльності підприємства, що визначаються на основі співвідношення запасу фінансової міцності й операційного левериджу [3, с. 159–164]. На основі узагальнення відповідних існуючих наукових підходів в роботі [4] запропоновано концептуальну модель механізму інвестування підприємства.

Мета запропонованого інвестиційно-інноваційного механізму підприємств у сучасних умовах господарювання полягає у забезпеченні відповідного рівня ефективності бізнес-процесів та інвестицій на всіх стадіях життєвого циклу підприємства, де основні завдання організації інвестиційних процесів на підприємстві зводяться до забезпечення його ефективного функціонування в цілому. Головним завданням у досягненні цієї мети є створення достатнього рівня інвестиційної спроможності підприємства за умов мінливості та загострення загроз зовнішнього середовища, яка проявляється у здатності й можливості ефективно управляти інвестиційними процесами на всіх стадіях циклу підприємства згідно таких основоположних принципів: системності;

урахування обмеженості ресурсів і непередбачених витрат; фінансової своєчасності термінів виконання проектів; збалансованості; оптимальності; адаптивності; пріоритетності; варіантності; екологічної та соціально-економічної безпеки.

Організація перебігу інвестиційних процесів здійснюється за рахунок функціонування двох умовно виокремлених у концептуальній моделі інвестиційно-інноваційного механізму систем: система забезпечення реалізації інвестицій (СЗРІ); система підтримки прийняття інвестиційних рішень (СППІР).

Між складовими СЗРІ і СППІР встановлюється постійний прямий і зворотній зв'язок. Злагоджене функціонування СЗРІ і СППІР забезпечується реалізацією їх функцій. Функції СЗРІ: пошук і залучення джерел інвестування; виявлення інноваційного потенціалу; аналіз середовища реалізації; аналіз вкладення інвестицій; моніторинг. Функції СППІР: визначення обсягів інвестиційних ресурсів; пролонгація інвестиційного договору; складання графіків погашення кредиту; страхування, гарантування і т. ін.

Згідно вимоги забезпечення чіткості структури органічної взаємопов'язаності елементів інвестиційно-інноваційного механізму як системи і порядку інвестиційного процесу можна виділити шість основних етапів інвестиційного процесу підприємства:

1) прийняття рішення щодо інвестування і формування цілей інвестування відповідно особливостей стадій життєвого циклу підприємства;

2) оцінки економічної доцільності та планування активізації процесів інвестування на окремих стадіях життєвого циклу підприємства;

3) формування інвестиційного забезпечення і спрямування у відповідні сфери діяльності;

4) економічне обґрунтування та ухвалення інвестиційних рішень;

5) вибір форм і здійснення інвестування (інвестування пряме, опосередковане);

6) контроль ефективності реалізації інвестиційних процесів.

Оцінка економічної доцільності процесів інвестування й економічне обґрунтування та ухвалення інвестиційних рішень здійснюється на підґрунті концепції тимчасової вартості грошей, а оцінка планування активізації процесів інвестування з урахуванням рівнів запасу фінансової міцності та операційного левериджу.

Важливим моментом щодо подальшого розвитку розуміння трактування сутності і змісту інвестиційно-інноваційного механізму підприємства в сучасних умовах ведення бізнесу є врахування цілісності взаємодії характерних особливостей інноваційного розвитку різних суб'єктів господарювання і відповідних інвестиційних процесів. Зазначене є необхідним для створення достатнього рівня інвестиційної захищеності підприємств за умов загострення загроз зовнішнього середовища їх конкурентоспроможному розвитку в процесі реалізації інвестиційних програм, які в більшій мірі повинні мати стратегічну спрямованість і бути пов'язаними, у першу чергу, з використанням і комерціалізацією результатів науково-технічних розробок.

Джерела

1. *Афанасьєв Є. В., Афанасьєв І. Є., Вінниченко О. П.* Окремі аспекти протидії ризикам бізнес-процесів в інвестиційно-інноваційній діяльності підприємства // Економіка та менеджмент сучасних організацій: проблеми теорії та практики: матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, м. Кривий Ріг, листопад–грудень 2022. С. 112–114.
2. *Afanasiev Y. V., Afanasiev I. Y., Afanasieva M. H.* Some aspects of prediction indicators of management and economic activity iron ore enterprises risk-based. Relationship between public administration and business entities management (RPABM-2021): International Conference, March 26, 2021, Tallinn, Estonia. P. 69–70.
3. *Хамаілі А.* Оцінка та управління прибутковістю інвестиційних програм малих та середніх підприємств за критерієм беззбитковості // *Економічний аналіз.* 2020. Т. 30. № 3. Тернопіль. С. 156–165.
4. *Хамаілі А.* Удосконалення механізму інвестування підприємств малого та середнього бізнесу // *Ефективна економіка.* 2021. № 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8681.

М. Г. АФАНАСЬЄВА

канд. екон. наук, старший викладач кафедри вищої математики та фізики, Криворізький національний університет

ВИКОРИСТАННЯ ПРОДУКЦІЙНИХ ПРАВИЛ ДЛЯ МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ НОРМАЛІЗАЦІЇ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

У типових методиках розрахунку інтегрованого показника ефективності функціонування суб'єкта господарювання використовуються функціональні залежності, де виокремлюють певну сукупність ключових складових, представлених частинними фінансово-економічними показниками [1, с. 23–24; 2, с. 140–144]. При цьому, визначають вплив частинних показників на результативне кількісне значення інтегрованого показника — показники "позитивного" та "негативного" впливу.

Детальніше розглянемо окремі характерні аспекти процесу моделювання частинних показників, що характеризуються, як "позитивним" так і "негативним" впливами на складові узагальненого інтегрованого показника ефективності суб'єкта господарювання.

Значення окремих функціональних складових, за звичай, розраховуються на підґрунті співвідношень значень фактичних та нормативних (бажаних) частинних показників. Тобто, індикаторами якості рівня ефективності функціонування суб'єкта господарювання можуть бути значення частинних показників у відносних одиницях, які отримуються шляхом їх нормалізації

на основі нормативних і фактичних значень. При цьому, кількісні значення нормалізованих частинних показників "позитивного" впливу розраховуються як відношення фактичного значення показника до нормативного (бажаного) значення показника, а кількісні значення нормалізованих частинних показників "негативного" впливу розраховуються як відношення нормативного (бажаного) значення показника до фактично отриманого значення показника. Після розрахунків значень всіх можливих частинних показників обчислюється значення комплексного інтегрованого показника ефективності функціонування суб'єкта господарювання.

Разом з тим, слід враховувати, що функціональні залежності для показників значення яких мають "позитивний" вплив на інтегровану оцінку ефективності функціонування суб'єкта господарювання є лінійними (фактичні значення таких частинних показників діляться на нормативні чи визначені бажані — максимально можливі), а функціональні залежності для показників значення яких мають "негативний" є нелінійними (нормативні чи визначені бажані значення частинних показників діляться на фактичні) [3].

Зокрема, відхилення значень фактичних частинних показників у сторону зменшення від визначеного нормалізованого, що мають негативний вплив на узагальнену інтегровану оцінку, призводять до суттєвого прискореного нелінійного якісного зростання відносної кількісної оцінки цих показників. При цьому, відхилення значень фактичних частинних показників у сторону зростання від визначеного нормалізованого, що мають негативний вплив на узагальнену інтегровану оцінку, призводять до уповільненого нелінійного якісного зменшення відносної кількісної оцінки цих показників. Разом з тим, відносні кількісні оцінки фактичних частинних показників, що мають позитивний вплив на узагальнену інтегровану оцінку, при збільшенні (зменшенні) їх відносно нормативного (бажаного) значення відрізняються відносно кількісних оцінок фактичних частинних показників, що мають негативний вплив на узагальнену інтегровану оцінку при їх зростанні (зменшенні) відносно таких же відхилень для цих показників у відсотках.

Таким чином, у якості економіко-математичної моделі оцінки рівня комплексного інтегрованого показника ефективності функціонування суб'єкта господарювання доцільно взяти за основу багатофакторну функціональну функцію та вдосконалити її шляхом збалансування розрахункових можливих відхилень відносних значень фактичних частинних показників "негативного" впливу, які характеризуються нелінійною функцією прискореного зростання чи уповільненого спадання від величини відсотку відхилення показника від нормативу з функціональними лінійними залежностями зміни відхилень відносних значень фактичних частинних показників "позитивного" впливу.

Отже, виникає потреба у збалансуванні (коригуванні) розрахункових можливих відхилень відносних значень фактичних частинних показників "негативного" та "позитивного" впливу від нормалізованих нормативних. Таку задачу можна вирішити побудувавши правила-продукції "Нормалізація показників суб'єкта господарювання" з використанням логарифмічної

функції для нівелювання нелінійних залежностей при обчисленні частинних показників “негативного” впливу.

У ході подальшого дослідження запропоновано удосконалення методичних положень і підходів до інтегрованого оцінювання ефективності суб’єкта господарювання в умовах мінливого ринкового середовища на підґрунті системи рейтингових показників.

Зауважимо, що процедури рейтингового оцінювання повинні здійснюватися з урахуванням вагомості (пріоритетності) окремих показників чи їх підмножини і має кілька модифікацій. Разом з тим, як ґрунтовний підхід до оцінки рівня ефективності суб’єкта господарювання, як вважає більшість вчених-економістів, доцільно розраховувати сукупний критерій, що ґрунтується на зважуванні й підсумовуванні окремих функціональних критеріїв [3], які розраховуються через порівняння (зіставлення) значень величини певних чинників. Аналіз наукових досліджень щодо питань застосування теорії рейтингового оцінювання показав, що для умов даного дослідження можна обмежитися наступними чотирма підходами визначення сукупного критерію ефективності суб’єкта господарювання.

1. Згідно з першим підходом визначення сукупного критерію ефективності суб’єкта господарювання пропонується розраховувати за формулою:

$$R_j^{(1)} = \sum_{i=1}^{n} k_i a_{ij}, \quad j = 1, \ldots, m, \tag{1}$$

де $R_j^{(1)}$ — інтегрований кількісний показник стану j-го суб’єкта господарювання, $j = 1, ..., m$; k_i — ваговий коефіцієнт значущості i-ї функціональної складової; a_{ij} — деталізовані показники рейтингової оцінки j-го суб’єкта господарювання (величина окремого (поодинокого) критерію за i-ю функціональною складовою); n — кількість функціональних складових.

Для зручності аналізу деталізовані показники рейтингового оцінювання j-го суб’єкта господарювання повинні бути нормалізованими. Тому необхідно дотримуватися виконання умови:

$$\sum_{i=1}^{n} k_i = 1.$$

2. Другий підхід визначення сукупного критерію ефективності суб’єкта господарювання полягає у визначенні рейтингової оцінки відповідно максимального значення кількісних оцінок інтегрованого показника. При цьому найвищий рейтинг отримує той суб’єкт господарювання, що має найбільше значення, розраховане за такою формулою:

$$R_j^{(2)} = \frac{1}{\sqrt{n}} \sqrt{\sum_{i=1}^{n} a_{ij}^2}, \quad j = 1, \ldots, m. \tag{2}$$

Згідно такої модифікації рейтингову оцінку формують переважно ті частинні показники, у яких значення кількісних оцінок домінує незалежно від їх важливості (вагомості). У таких випадках у процесі рейтингового оцінювання переважний вплив мають лише окремі позитивні аспекти j-го суб’єкта господарювання. Як наслідок не враховуються аспекти, коли збільшення

значень окремих частинних показників буде позитивним лише до певного рівня, і подальше їх зростання може характеризуватися неоднозначно. При цьому, зокрема, неможливо врахувати ті показники, для яких зменшення значення їх величини розглядається як позитивне явище.

3. У третій інтегрованій оцінці на підґрунті сукупного критерію рейтингового оцінювання враховуються коефіцієнти вагомості кожного деталізованого показника, $i = 1, ..., n$:

$$R_j^{(3)} = \sqrt{\sum_{i=1}^{n} k_i a_{ij}^2}, \quad j = 1, \ldots, m, \tag{3}$$

де k_i — ваговий коефіцієнт відповідного деталізованого показника, $\sum_{i=1}^{n} k_i = 1$.

У цій модифікації надається можливість ураховувати вагомість окремих деталізованих частинних показників. У зв'язку з тим, що вагові коефіцієнти в (3) також визначаються експертним методом, то до уваги береться відносна вагомість кожного окремого показника.

4. Четвертою інтегрованою оцінкою є модифікований сукупний критерій рейтингового оцінювання, в якому враховуються коефіцієнти вагомості кожного деталізованого показника, $i = 1, ..., n$:

$$R_j^{(4)} = \frac{1}{2}\sqrt{\sum_{i=1}^{n} k_i \left(1 + a_{ij}\right)^2}, \quad j = 1, \ldots, m. \tag{4}$$

Для поглибленого аналізу рівня ефективності суб'єкта господарювання додатково доцільно розглядати середні геометричні значення деталізованих показників складових інтегрованого показника.

Джерела

1. *Yevhen Afanasiev, Serhiy Kapitula, Ihor Afanasiev, Mariia Afanasieva, Pavlo Demchenko*. Selected aspects of modeling the process of evaluating business strategies for sustainable economic development of iron ore enterprises // *International Journal of Innovative Technologies in Economy*. 2020. 2(29). С. 18–26.
2. *Yevhen Afanasiev, Nadjib Fertas*. Diagnostics of competitiveness of the resource potential of the enterprise in the context of innovative needs taking into account the dynamics of intensity of markets for sale of commodity products // *Економічний аналіз: зб. наук. праць*. 2022. Т. 32. № 1. С. 136–146.
3. *Афанасьєва М. Г.* Формування науково-методичного забезпечення та інструментарію оцінки рівня фінансово-економічної безпеки суб'єктів господарювання в системі державного регулювання економіки // *Ефективна економіка*. 2014. № 5.

І. І. БАЖАН
ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективне управління оборотним капіталом підприємства в сьогоднішніх умовах господарювання є головним елементом успішного ведення бізнесу. Воно передбачає необхідність постійного балансування між усіма аспектами управління, що в свою чергу забезпечує прибутковість та ліквідність підприємства в цілому.

На сучасних підприємствах процес управління оборотними активами складається зі стратегічного та тактичного управління. Стратегічне управління — це загальний напрямок та спосіб ефективного використання коштів задля досягнення поставленої мети. Тактичне управління включає конкретні методи та прийоми для її досягнення в процесі виконання. Необхідно зазначити, що управління оборотним капіталом обов’язково передбачає здійснення детальної діагностики грошових потоків задля їх збалансованості, тому що на результати господарської діяльності негативно впливають як дефіцитні, так і надлишкові потоки. У зв’язку з цим аналіз фінансового стану підприємства та його розвиток базується безпосередньо на оцінці грошових потоків. У випадку фінансової нестабільності на підприємстві значимість наявних у нього фінансових активів значно зростає.

Серед фінансових методів, які впливають на грошові потоки підприємства (їх структуру та динаміку) можна виділити наступні: систему розрахунків з дебіторами та кредиторами; взаємозв’язки з засновниками (акціонерами), контрагентами та державними органами; систему оподаткування; страхування та інвестування тощо.

Також слід зазначити, що тільки завдяки чітко сформованим методам щодо управління оборотним капіталом можна суттєво підвищити рівень конкурентоспроможності підприємства, а завдяки правильній організації системи регулювання грошових потоків впливати на ефективність його роботи взагалі.

Джерела

1. *Поддєрьогін А. М., Білик М. Д.* Фінанси підприємств: підручник. Київ: КНЕУ, 2013. 219 с
2. Фінанси підприємств: навч. посібник / за ред. Г. Я. Аніловської, І. Б. Висоцької. Львів: ЛьвДУВС, 2018. 440 с. URL: https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/2356/1/%D1%84%D1%96%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%B8%20%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D1%81%D1%82%D0%B2.pdf (дата звернення: 15.03.2023).

Науковий керівник: *Ю. М. Заволока, канд. екон. наук, доц.*

І. І. БАЖАН
ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Сутність стратегії управління економічним потенціалом підприємства доцільно розглядати з позицій системно-цільового підходу, тобто ключовим аспектом в визначенні мети діяльності та обов’язковими умовами її досягнення називати взаємодію усіх підрозділів підприємства.

Метою першого етапу розробки програми є визначення ступеня пріоритетності розвитку системи виробничо-комерційної діяльності підприємства та її перспектив, сильних і слабких сторін організації та управління господарською діяльністю та їх вплив на конкурентоспроможність продукції, ефективність роботи та використання ресурсів підприємств [3, с. 21].

Результати реалізації першого етапу в формалізованому вигляді представляють собою карту переваг і недоліків, виявлених у всіх організаційно-економічних аспектах економічної діяльності, із зазначенням причин їх виникнення, а також аналіз показників конкурентоспроможності продукції.

На основі інформації та результатів аналізу, на другому етапі визначаються основні напрямки розвитку і підвищення ефективності економічної діяльності підприємства індивідуально для кожного цільового ринку і виду продукції.

На третьому етапі, беручи до уваги що на організацію і управління економічної діяльністю накладаються ресурсні, інформаційні, нормативні та планово-директивні обмеження, відбувається відбір заходів, які відповідають цим критеріям, і виявлення альтернативних шляхів їх реалізації.

Проведення комплексу робіт четвертого етапу процесу розробки програми має на меті оцінити витрати і результати пов’язані з здійсненням альтернативних шляхів реалізації заходів і внесок останніх в підвищення ефективності економічної діяльності підприємства. Після закінчення цього етапу повинен бути складений перелік заходів з найбільшим прогнозованим ефектом і мінімальними витратами [2, с. 195].

Так як результативність заходів залежить від багатьох зовнішніх факторів, що не піддаються попередній оцінці, то існує певна ймовірність недосягнення запланованої ефективності економічної діяльності і ризик виникнення пов’язаних з цим втрат.

Тому на п’ятому етапі оцінюються заходи за величиною супутнього ризику і проводиться відбір оптимальних по поєднанню факторів.

До найбільш значущих системних принципів управління розвитком економічного потенціалу підприємства відносяться:

- принцип інтегрованості, що обумовлює значну кість потреба органічного поєднання даного виду управління з загальною системою менеджменту підприємства;
- принцип комплексності, який передбачає розробку взаємопов'язаних управлінських рішень, кожне з яких надає прямий або опосередкований вплив на кінцевий результат розвитку економічного потенціалу підприємства;
- принцип адекватності, що передбачає врахування внутрішніх і зовнішніх умов формування і розвитку економічного потенціалу підприємства;
- принцип гармонізації, що вимагає дотримання національного і міжнародного режимів регулювання економічної діяльності і розвитку експортного потенціалу підприємства;
- принцип ефективності, сутність якого полягає в максимально можливому рівнів використання економічного потенціалу підприємства та мінімізації ризиків його відтворення.

До найбільш значущих специфічних принципах управління розвитком економічного потенціалу підприємства відносяться [2, с. 197]:

- принцип цілеспрямованості, який вимагає врахування стратегічного контексту розвитку економічного потенціалу підприємства;
- принцип послідовності, який передбачає рішення проблем розвитку економічного потенціалу підприємства з урахуванням ступенем їх важливості і впливу на рівень міжнародної конкурентоспроможності підприємства;
- принцип оперативності, який передбачає швидке реагування на зміни середовища в розробці і реалізації сучасних управлінських рішень;
- принцип гнучкості (варіативності), який передбачає коригування змісту і методів управління на окремих етапах процесу управління з метою його ефективної адаптації до змін внутрішньої і зовнішнього середовища.

Методика аналізу економічного опотенціалу включає такі основні блоки [1, с. 109]:

- визначення мети та завдань аналізу економічного потенціалу;
- формування системи аналітичних показників;
- збір даних, їх переробка та інтерпретація;
- складання таблиць, графіків, розрахунків, включаючи факторний аналіз;
- оцінка отриманих результатів;
- розробка пропозицій для ухвалення управлінських рішень щодо вдосконалення використання економічного потенціалу.

Останнім часом питанням управління економічним потенціалом підприємства приділяється значна у науковій літературі. Практично по всіх наукових джерелах наголошується на взаємозв'язку економічного потенціалу підприємства з інноваційною діяльністю підприємства на базі інтелектуального потенціалу, що забезпечує стійкий розвиток підприємства [3, с. 31].

Разом з тим, у літературі недостатньо представлені роботи, що пропонують конкретні системи заходів з управління сталим розвитком підприємства на основі оцінки впливу окремих елементів економічного потенціалу на рівень розвитку підприємства.

У зв'язку з цим необхідність розробки та вдосконалення механізму управління розвитком економічного потенціалу підприємства є на сьогоднішній день доситьактуаьним.

Елементи управління економічним потенціалом:

- аналіз зовнішніх та внутрішніх факторів формування економічного потенціалу;
- оцінка рівня розвитку підприємства, як соціально-економічної системи;
- формування цілей та вибір механізмів управління економічним потенціалом;
- впровадження механізмів управління економічним потенціалом підприємства.

В результаті дослідження результатів управління розвитком економічного потенціалу діяльності підприємств необхідно:

- проаналізувати конкурентоспроможність підприємств з урахуванням оцінки їх економічного потенціалу;
- визначити рівень розвитку підприємств на методичній основі бенчмаркінгу;
- проаналізувати роль інтелектуального потенціалу у формуванні економічного потенціалу та досягненні певного рівня розвитку підприємств металургійної галузі.

Використання наведених принципів управління розвитком економічного потенціалу підприємств дозволить проводити дослідження варіантів використання факторів виробництва для досягнення позитивної динаміки ринкової вартості, що є відображенням процесів сталого розвитку підприємства в умовах модернізації економіки.

Джерела

1. *Григораш О. В.* Концептуальний підхід до управління економічним потенціалом торговельних підприємств // *Економіка і організація управління*. 2012. № 2(12). С. 105–112.
2. *Жариков В. Д.* Механизм планирования и оценки экономического потенциала промышленного предприятия / В. Д. Жариков, С. Ю. Воевокин // *Университет им. В. И. Вернадского*. 2012. № 4(42). С. 193–199.
3. *Лапін Є. В.* Економічний потенціал підприємства промисловості: формування, оцінка, управління : автореф. дис. ... д-ра екон. наук. Харків : НТУ "Харківський політехнічний ін-т", 2006. 37 с.

Науковий керівник: *П. І. Сокуренко, канд. екон. наук, доц.*

О. В. БАДАНІН
студент 1 курсу факультет менеджменту,
Придунайська філія, Міжрегіональна Академія управління персоналом

ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ

Кожна людина поступаючи на факультет менеджменту, повинна знати його історію. І це не просто поняття менеджменту, а його початок у суспільстві.

Історія менеджменту бере свій початок від стародавніх цивілізацій, коли люди почали організовувати і спрямовувати діяльність інших людей для досягнення конкретних цілей. Починаючи з найбільш ранніх форм людських суспільств і до наших днів, менеджмент є важливим аспектом людської діяльності. У цьому есе подано огляд історії менеджменту, включно з його еволюцією, ключовими теоріями та видатними діячами, які зробили внесок у його розвиток.

Витоки менеджменту можна простежити до стародавніх цивілізацій Єгипту, Греції та Риму. Наприклад, піраміди в Єгипті були збудовані з використанням форми управління, яка включала організацію та керівництво великою кількістю працівників для досягнення конкретної мети. Аналогічним чином, у Стародавній Греції такі філософи, як Арістотель і Платон, писали про важливість організації людей і ресурсів для досягнення бажаних результатів.

У Середні віки управління набуло нового виміру з виникненням системи гільдій. Гільдії створювалися для захисту інтересів працівників, регулювання виробництва та стандартів якості, а також для розвитку торгівлі. Гільдії відігравали значну роль в економічному та соціальному розвитку Європи в цей період.

Промислова революція у XVIII і XIX століттях внесла значні зміни в організацію праці. Були побудовані фабрики, а робітники були організовані за спеціалізованими ролями, що призвело до появи концепції поділу праці. Фредерік Вінслоу Тейлор, відомий як батько наукового менеджменту, був однією з найвпливовіших фігур у цей період. Ідеї Тейлора були спрямовані на підвищення ефективності шляхом аналізу та оптимізації завдань, виконуваних працівниками.

Тейлор вивів ряд загальних принципів, які лягли в основу його системи:

1. Мотивація. Особиста зацікавленість є рушійною силою для більшості людей.

2. Роль індивідуальних здібностей. Встановлюється і враховується різниця між здібностями робітників.

3. Роль менеджменту. Впроваджуються ті авторитарні методи управління, які посилюють правила і стандарти, що регламентують працю.

4. Роль професійних спілок. Скептичне ставлення до професійних спілок.

На початку XX століття галузь менеджменту зазнала значних змін завдяки розробці нових теорій і підходів. Однією з найвпливовіших фігур у цей

період був Анрі Файоль, французький промисловець і теоретик менеджменту. Файоль розробив ідею п'яти функцій управління: планування, організація, командування, координація та контроль. Роботи Файоля допомогли затвердити менеджмент як окрему галузь знань.

Іншою впливовою фігурою в цей період був Елтон Мейо, який провів Хоторнське дослідження. Роботи Мейо підкреслювали важливість соціальних і психологічних чинників на робочому місці, зокрема роль комунікації, мотивації та лідерства.

У другій половині XX століття з'явилися нові теорії управління, включно з теорією систем, теорією випадковостей і тотальним управлінням якістю. Ці теорії наголошували на необхідності для менеджерів враховувати низку внутрішніх і зовнішніх чинників під час ухвалення рішень.

Сьогодні менеджмент є важливим аспектом практично всіх видів людської діяльності, від бізнесу та державного управління до охорони здоров'я та освіти. Ця галузь продовжує розвиватися й адаптуватися до обставин, що змінюються, включно зі зростанням цифрових технологій і глобалізацією економіки.

Насамкінець слід зазначити, що історія менеджменту — це багата й різноманітна царина, коріння якої сягає вглиб тисячоліть. З часом менеджмент еволюціонував від простих форм організації до складних теорій і практик, які необхідні для функціонування сучасних суспільств. Сьогодні менеджмент залишається життєво важливою галуззю вивчення, і щодня з'являються нові виклики та можливості.

Джерела

1. *Ґріффін Р., Яцура В.* Основи менеджменту: підручник / Наук. ред. В. Яцура, Д. Олесневич. Львів: БаК, 2001. 624 с.
2. *Завадський Й. С.* Менеджмент=Management. Т. 1. 2-ге. вид. .: Україн.-фін. ін-т менедж. і бізнесу, 1998. 542 с.
3. *Кузьмін О. Є., Мельник О. Г.* Основи менеджменту: підручник. К.: Академвидав, 2003. 416 с.
4. *Сладкевич В. П., Чернявский А. Д.* Современный менеджмент (всхемах): опорный конспект лекций. К.: МАУП, 2003. 152 с.
5. *Хміль Ф. І.* Основи менеджменту: підручник. К.: Академвидав, 2003. 608 с.

Науковий керівник: *І. Ф. Куля*

І. В. БАЛИМ
Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого

ВІЙНА З ПРИРОДОЮ: ЕКОЛОГІЧНА КРИЗА В УМОВАХ КОНФЛІКТУ

Конституцією встановлено, що кожен має право на безпечне для життя і здоров'я довкілля та на відшкодування завданої порушенням цього права шкоди [4]. В сучасних умовах, коли на території України ведуться активні бойові дії, злочини проти природи вчиняються повсякчас. Навмисне нанесення шкоди природному середовищу з метою створення загрози життю і здоров'ю населення носить назву "екоцид". Форми вияву екоциду можуть бути різними, зокрема, якщо він вчиняється у політичних та військових цілях, то вважається воєнним. Уперше його застосували римляни під час руйнування Карфагена, посипавши ґрунти сіллю, щоб вони стали непридатними для землеробства [6].

Термін "екоцид" запропонував А. Гальстон у зв'язку з подіями 1961–1975 рр. у В'єтнамі, коли американські війська навмисно розпилювали хімічну суміш над джунглями задля спричинення ефекту випадання листя. Як з'ясувалось, речовини, які входили до її складу, викликають мутації та незворотні зміни в організмі людей, які з нею контактували. Кримінальним кодексом України у ст. 441 встановлено, що екоцид це "масове знищення рослинного або тваринного світу, отруєння атмосфери або водних ресурсів, а також вчинення інших дій, що можуть спричинити екологічну катастрофу" [5]. На глобальному рівні ООН єдиного визначення екоциду зроблено не було, однак експертна група Міжнародного кримінального суду презентувала визначення екоциду як міжнародного злочину. Вона запропонувала таке міжнародно-правове визначення як "незаконні або необдумані дії, вчинені з усвідомленням того, що є значна імовірність серйозної та поширеної, або довгострокової шкоди навколишньому середовищу, спричиненої цими діями" [1].

Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України зосереджує та упорядковує матеріали щодо загроз навколишньому середовищу внаслідок дій російських військових та виробляє проекти для їх усунення. Також Міндовкілля докладає зусиль над відбудовою та реконструкцією природних об'єктів.

Оперативний штаб, що діє при Державній екологічній інспекції, за рік своєї діяльності підрахував збитки завдані довкіллю, у цілому з 24.02.2022 р. по 03.03.2023 р. сума коштів складає близько 52 млрд доларів. За Наказом Офісу Генпрокурора від 2 серпня 2021 р. було створено Спеціалізовану екологічну прокуратуру, яка є самостійним структурним підрозділом, а також здійснює організацію та процесуальне керівництво досудовим розслідуван-

ням, має на меті підтримання публічного обвинувачення у кримінальних провадженнях про кримінальні правопорушення у сфері охорони навколишнього природного середовища. Станом на зараз прокурори залучені до процесуального керівництва у провадженнях про 104 воєнних злочини, які спричинили шкоду довкіллю. 11 з них розслідуються за фактом спричинення екоциду, це стосується нападів на об'єкти атомної енергетики, нафтобази, гідротехнічні споруди [7; 8].

Держава забезпечила громадянам можливість конфіденційно повідомити Оперативний штаб Міндовкілля про факти вчинення воєнних екологічних злочинів задля формування позовів до Міжнародного суду ООН щоб домогтися компенсації збитків від країни-агресорки. Для цього потрібно всього лише додати SaveEcoBot у месенджер telegram або viber.

Завдяки системі та активності користувачів сервісу, на 12 березня 2023 року зафіксовано дані щодо 313 злочинів. Зокрема, кожен має змогу сповістити про такі події: забруднення водних ресурсів сторонніми речовинами або предметами (до прикладу, умисне або через воєнні дії скидання чи виливання забруднюючих речовин до озер, річок чи інших об'єктів); засмічення територій предметами військового устаткування, біологічні залишки (поодиноке розміщення та/або скупчення снарядів, ракет тощо); знищення чи ушкодження промислових об'єктів (влучання снарядів, руйнування та пожежі на підприємствах); ураження об'єктів радіаційної небезпеки (влучання боєприпасів чи інший вплив на джерела іонізуючого випромінювання та ядерні установки); нанесення шкоди ґрунтам та рослинності на природних ділянках і землях сільськогосподарського значення (зрушення, знищення верхнього шару ґрунтів за рахунок вибухів снарядів, руху важкої техніки) [2].

Відсутність єдиного визначення екоциду не є перепоною на шляху захисту, оскільки країна-агресорка вже порушила чималий перелік норм, спрямованих на охорону навколишнього середовища. В першу чергу це стосується статуту ООН, а також додаткового Протоколу до Женевських конвенцій 1949 р., який у ст. 55 говорить про захист природного середовища від повномасштабної, довготривалої та серйозної шкоди при веденні воєнних дій [3].

Міжнародне співробітництво щодо боротьби з екоцидом має важливе значення для реалізації та підтримки міжнародного миру і безпеки, а, отже, захисту всього людства. Проблема стосовно виплати репарацій також полягає в доведенні розміру шкоди, завданої діями російської армії. Відповідно, позиція України в рамках судових позовів повинна бути зосереджена на фіксації не лише прямої, а також прихованої та довгострокової шкоди після вторгнення.

Джерела

1. Top international lawyers unveil definition of "ecocide" — Stop Ecocide International. *Stop Ecocide International*. URL: https://www.stopecocide.earth/press-releases-summary/top-international-lawyers-unveil-definition-of-ecocide (date of access: 12.03.2023).

2. Воєнні злочини проти довкілля — SaveEcoBot. Єдиний в Україні екологічний чат-бот — *SaveEcoBot*. URL: https://www.saveecobot.com/features/environmental-crimes (дата звернення: 12.03.2023).
3. Додатковий протокол до Женевських конвенцій від 12 серпня 1949 року, що стосується захисту жертв міжнародних збройних конфліктів (Протокол I), від 8 червня 1977 р. (укр/рос). *Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_199#Text (дата звернення: 12.03.2023).
4. Конституція України. *Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text (дата звернення: 12.03.2023).
5. Кримінальний кодекс України. *Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14#n3053 (дата звернення: 12.03.2023).
6. *Хомляк М. М.* Екоцид. Енциклопедія Сучасної України: онлайн-версія / редкол.: І. М. Дзюба та ін.; НАН України, НТШ. Київ: Ін-т енциклопедичних досліджень НАН України, 2009. URL: https://esu.com.ua/article-18808
7. Оперативним штабом при Держекоінспекції було розраховано збитки завдані довкіллю внаслідок збройної агресії рф на загальну суму майже $52 млрд. *Державна екологічна інспекція України*. URL: https://dei.gov.ua/post/operativnim-shtabom-pri-derzhekoinspektsii-bulo-rozrakhovano-zbitki-zavdani (дата звернення: 12.03.2023).
8. Про затвердження Положення про Спеціалізовану екологічну прокуратуру (на правах Департаменту) Офісу Генерального прокурора : Наказ Офісу Генерального прокурора від 02.08.2021 р. № 247. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0247905-21#Text (дата звернення: 12.03.2023).

Науковий керівник: *Т. В. Єрмолаєва, доц., канд. юрид. наук*

Ю. С. БЕЗКОРОВАЙНА
Придніпровський інститут ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

МОЖЛИВОСТІ ПРИВАТНОГО ІНВЕСТУВАННЯ У СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

В наш час дуже малий відсоток населення України розуміється на інвестуванні, хоча це дуже важливий аспект економічного життя людини. Це один із способів примножити свої доходи і зробити своє подальше життя більш комфортним.

Під інвестиціями розуміють вкладення капіталу з метою його примноження і отримання прибутку. При цьому інвестиції приносять великий прибуток у разі успіху проекту, а при негативному розвитку подій вкладений капітал буде втрачений [2].

Для приватного інвестора метою інвестування можуть виступати: покриття дефіциту власних доходів, накопичення коштів перед виходом на пенсію, примноження свого капіталу, отримання стабільного пасивного доходу.

Серед інструментів, у які приватний інвестор може вкладати свої кошти, виділимо: активи (цінні папери (акції, облігації), депозити; нерухомість; дорогоцінні метали; іноземна валюта; криптовалюти) та види діяльності (стартапи, інвестиції у власний бізнес, інтернет-проекти).

Класичним інструментом інвестування є акції. Але, щоб не втратити гроші, слід регулярно відстежувати фінансовий стан компанії. Якщо інвестор не готовий до цього, або хоче скоротити ризики, краще обрати облігації. Прибуток від них нижчий, але фіксований, який власник облігацій щорічно отримує у вигляді відсотку від їх номінальної вартості.

Найбільш простим, зрозумілим і найменш ризиковим способом інвестування для нашого населення залишаються банківські депозити. Для більш досвідчених користувачів банківських продуктів можуть бути запропоновані комбіновані депозити з інвестиційною складовою. Мова йде про комбінації депозиту з опціоном на продаж валюти, купівлю цінних паперів тощо. Така комбінація може принести більшу доходність, порівняно з традиційним депозитом, а й ризик втрат також є вищим. Комбінований депозит — специфічний і складний продукт, що потребує від інвестора розуміння того інструменту та ризиків, із якими комбінується депозит. Тому цей продукт більше використовується для private banking і для пересічних громадян може бути надто складним і нецікавим [3].

Також в сучасному світі фінансів стало популярним інвестування в криптовалюту. Популярність криптовалюти зростає з кожним днем, адже вона може принести хороший прибуток, але у той же час є надто ризикованим інструментом, який не має достатнього нормативно-правового регулювання, як, наприклад, акції чи депозити. Популярністю криптовалюти серед непрофесійних інвесторів користуються шахраї, тому треба бути вкрай обачним при вкладенні коштів у цей актив. Операції з нерухомістю передбачають інвестування великих сум коштів. Головною перевагою вкладення в нерухомість є безпрограшність такого бізнесу. Квартира завжди буде ліквідна, а від здачі її в оренду завжди можна отримати дохід [1].

Купівля валюти для України також є достатньо вигідним варіантом інвестування, оскільки курс іноземних валют відносно гривні постійно зростає.

Інвестування в інтернет-проекти або стартапи є дуже ризикованим варіантом, оскільки гарантій життєздатності таких проектів дуже мало. Але вклавши кошти в перспективний проект можна отримати високий прибуток. При цьому є й ризик натрапити на шахраїв, які користуються можливістю знеособленості контактів, яку надає інтернет.

Очевидно, що підвищення зацікавленості населення в інвестуванні компаній своєї країни покращить не тільки добробут самих громадян, але й забезпечить розвиток самих компаній, що добре відобразиться на соціально-економічному становищі у країні.

Джерела

1. https://inventure.com.ua/uk/analytics/articles/investiciyi-v-ukrayini-pid-chas-vijni-u-2023-roci:-sho-radit-shtuchnij-intelekt-chatgpt

2. https://www.dsnews.ua/ukr/economics/vkladyvay-i-priumnozhay-chto-takoe-investicii-i-dlya-chego-oni-nuzhny
3. https://nabu.ua/ua/olena-korobkova-37.html

Науковий керівник: *В. Г. Гноєвий, канд. екон. наук, доц.*

О. О. БЕЗУС
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Економічну безпеку організації можна охарактеризувати як стан суб'єкту господарювання, який визначається ефективним використанням її організаційно-економічних ресурсів, що забезпечує його стійку зміну у процесі досягнення цілей підприємницької діяльності в умовах поєднання негативного впливу внутрішніх та зовнішніх загроз та можливість продуктивно функціонувати у ринковому середовищі.

Чинником економічної безпеки підприємства виступає комплекс умов економічного середовища, які забезпечують формування ряду основних параметрів безпеки компанії. Виділяють внутрішні та зовнішні чинники. До внутрішніх чинників можна віднести галузеву приналежність підприємства, структуру продукції, що випускається, величина сплаченого статутного капіталу, загальну величину витрат та їх співвідношення з грошовими доходами [2, с. 118].

До зовнішніх чинників відносять: соціально-політичний стан суспільства, економічні умови господарювання (рівень податків, ввізного та вивізного мита, динаміка облікової та кредитних ставок, курс національної валюти), кон'юнктура ринку, рівень платоспроможного попиту, зовнішньоекономічні зв'язки [2, с. 125].

Впливати на ці фактори підприємство не має можливості, тому його завданням є максимальна адаптація до їхнього впливу.

Розробка і реалізація політики економічної безпеки здійснюється у контексті процесу забезпечення внутрішньої економічної безпеки, яка зосереджується на виявленні основних закономірностей розвитку підприємства під впливом соціально-політичних, економічних, технологічних змін, та організації контрольованого проходження ключових етапів цих процесів. Ігнорування проблем, пов'язаних із дотриманням визначеного рівня економічної безпеки може суттєво позначитись на ефективності функціонування підприємства, на фінансових результатах його діяльності, динаміці розвитку та його ринковій позиції.

Очевидно, що значна частина чинників, які забезпечують визначений рівень економічної безпеки підприємства, формується як результат реалізації його здатності здійснювати прибуткову економічну діяльність у висококонкурентному середовищі, тобто його конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність компанії у цьому контексті розглядається як наявність компетенції встановлювати оптимальний економічний контакт із споживачами, постачальниками та конкурентами.

Конкурентоспроможність вважається цілком інформативним показником формування сучасного ринку, тоді як економічну безпеку можна назвати фундаментальною базою для формування сталої конкурентної переваги будь-якого підприємництва. В даний час ступінь економічної безпеки бізнесу повинна бути такою, щоб вона могла забезпечити стабільний стан бізнесу на цільовому ринку, стабільний розвиток та інновації на підприємстві [1].

Повний аналіз факторів конкурентоспроможності товарів та послуг організації, зумовлених зовнішнім та внутрішнім середовищем, забезпечує можливість визначення конкурентних переваг організації. Ця можливість дозволяє створити портфель інвестицій та інновацій для забезпечення зростання та підтримки поточного рівня конкурентоспроможності. Виконання цієї роботи загалом призведе до підвищення рівня конкурентоспроможності кожного продукту та послуги на кожному ринку і, отже, компанії загалом. Підвищення рівня конкурентоспроможності бізнесу призведе до збільшення прибутку, що є важливим для стійкості самого бізнесу.

У підсумку, впровадження заходів посилення конкурентоспроможності підприємства та його продукції дозволить отримати економічний ефект, забезпечити стійку частку ринку підприємства, покращити фінансові показники його діяльності, підвищити конкурентоспроможність та посилити рівень його економічної безпеки.

Джерела

1. *Капітанець Ю. О.* Розробка конкурентної стратегії підприємства як суб'єкта ринкової економіки // *Науковий збірник Буковинської державної фінансової академії*: зб. наук. пр. Вип. 9 : Економічні науки. Чернівці, 2014. С. 306–315.
2. Управління фінансовою безпекою економічних суб'єктів : навч. посіб. / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. С. Фролова; [С. Фролов, О. Козьменко, А. Бойко та ін.]. Суми : ДВНЗ "УАБС НБУ", 2015. 332 с.

Науковий керівник: *В. Г. Гноєвий, канд. екон. наук, доц.*

Г. В. БЕРЕЖНА
Горлівський інститут іноземних мов Державного вищого навчального закладу “Донбаський державний педагогічний університет”

ТРИВОЖНІСТЬ ЯК ЧИННИК ЗНИЖЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ

На сьогодні існує чимало питань до соціально-економічного розвитку країни через перебування у таких скрутних умовах, як війна. Введення військового стану в України змусило порушити у науковому колі ряд психологічних проблем, а саме: розглянути проблему психоемоційного стану населення; допомога при тривожному розладі; боротьба з довготривалим стресом; лікування різних видів залежності, що виникли через психологічний тиск, та ін.

У зоні ризика знаходиться усе населення країни, але особливу увагу слід приділити військовослужбовцям, які перебувають у складних умовах відстоювання суверенності України. Вони являються опорою країни, і поки можуть стримувати ворожу агресію, наша країна спроможна тримати оборону та прагнути до соціально-економічного розвитку. Щоб ця система трималася та могла працювати на результат, слід враховувати стан її складових.

До питань дослідження особливостей виникнення і розвитку тривожних станів у військових зверталися: С. М. Миронець, О. А. Блінов, О. В. Тімченко, В. В. Ягупов, В. В. Стасюк.

Військова служба, як складова, характеризується жорсткою дисципліною та сильним тиском на нервову діяльність військовослужбовців, тому психологічне здоров’я відповідних осіб постійно погіршується, що призводить до зниження працездатності та результативності усієї системи загалом [3].

У нашому дослідження ми вивчаємо особливості прояву наслідків довготривалої тривожності у військовослужбовців в процесі комунікативної взаємодії. Несприятливий психологічний стан військовослужбовців відображається на їх продуктивності, а почуття тривоги пригнічує емоційний фон, демотивує, погіршує процес комунікативної взаємодії [2, *22–23*]. Це, в свою чергу, утруднює обмін інформацією, дезорганізує підрозділи, відповідно знижує стратегічну результативність у цілому.

У військовослужбовців може проявлятися як ситуативна так і особистісна тривога. У тих, хто перебував у довготривалому відрядженні на фронті, потрапив у небезпечну ситуацію, отримав поранення — ситуативна тривожність спроможна перерости в особистісну тривогу з низкою додаткових психологічних травм. Особистісна тривожність проявляється необов’язково у поведінці, вона має вираз суб’єктивного неблагополуччя особистості, створює специфічний фон її життєдіяльності, пригнічує психіку [1, с. 135–136]. Таке погіршення стану може привести до того, що військовослужбовці вже не зможуть повернутися до виконання службових обов’язків.

Тривожність проявляється через підвищену реакцію на навколишні подразники, а саме: панічні атаки, періодичне тремтіння тіла, тригери, флешбеки та інше. Під час перебування у такому стані у людини знижується концентрація, працездатність, з'являються складності при комунікації, погіршується робота когнітивних навичок. Тривожний стан порушує роботу когнітивних навичок, що під час спілкування може спровокувати непорозуміння між військовослужбовцями, некоректну обробку інформації, зниження здатності аналізувати, оцінювати, зберігати інформацію, пригадувати досвід, порівнювати й визначати відповідні дії.

Таким чином, тенденція зниження психологічної стійкості військовослужбовців може призвести до погіршення роботи різносторонніх та важливих сфер діяльності збройних сил.

Джерела

1. *Варій М. Й.* Психологія особистості : навч. посіб. 2-ге вид. Київ, 2009. С. 287.
2. *Приходько І. І., Тімченко О. В., Лиман А. А.* Динаміка психічних станів військовослужбовців сил охорони правопорядку при виконанні службово-бойових завдань під час масових заворушень : монографія. Харків: НА НГУ, 2016. С. 130.
3. *Ягупов В. В.* Військова психологія : підручник. 2004. [Електронний ресурс]. Режим доступу : URL: http://medu.pp.ua/pedagogika-psihologiya-voennaya/viyskova-psihologiya.html

Науковий керівник: *Д. С. Дроздова, канд. психол. наук, доцент кафедри психології Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ "Донбаський державний педагогічний університет"*

Н. О. БЄЛОВА

ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ

Механізм управління розвитком підприємства реалізує концепцію комплексного і безперервного управління підприємством. При цьому підприємство використовує профілактичні заходи управління, своєчасно виявляє фактори зовнішнього і внутрішнього середовища, що сприяють зародженню кризи.

Під механізмом управління розвитком підприємства в умовах кризи розуміється сукупність мети і завдань управління розвитком підприємства, що розрізняються в залежності від фази кризи і визначають всю структуру механізму, що складається з адміністративних та мотиваційних інструментів структурних перетворень, методів функціональної оптимізації бізнес-про-

цесів і ресурсів, інституційного та інформаційного забезпечення, принципів інтеграції інтересів суб'єктів управління, а також оцінки його ефективності.

Механізм управління розвитком підприємства в умовах кризи включає кілька взаємопов'язаних компонентів: суб'єкти управління, мета управління, завдання механізму, фази організаційного кризи, принципи інтеграції інтересів суб'єктів управління, інструменти структурних перетворень, методи оптимізації, інституційне та інформаційне забезпечення, ресурси, етапи реалізації механізму, результати і коригування.

Суб'єкти менеджменту посідають основне місце в механізмі, так як керуючі суб'єкти різного рівня відповідальні за прийняті рішення, особливо в умовах кризи, це — рада директорів, правління і генеральний директор підприємства.

Метою механізму управління є відновлення розвитку підприємства в умовах кризи життєвого циклу підприємства. Поставлена мета може бути досягнута за допомогою виконання переліку завдань, які визначені керівництвом залежно від фази кризи.

Інформаційне забезпечення управління розвитком є сполучною ланкою між елементами механізму. Воно покликане забезпечити своєчасний доступ суб'єкта управління до релевантної інформації, яка, в свою чергу, є невід'ємною частиною успіху при прийнятті ефективних антикризових рішень.

При зміні організаційної структури, структури бізнес-процесів, органів управління або виробництва необхідно збалансоване поєднання адміністративних і мотиваційних інструментів реалізації змін, які входять до складу запропонованого механізму управління розвитком.

У разі економічної кризи антикризові методи управління можна застосовувати як комплексно, і частково. Таким чином, інструменти антикризового управління широко застосовуються в практиці управління сучасних підприємств.

Антикризова політика підприємства повинна складатися із чотирьох елементів:

- зниження собівартості продукції, за умови збереження її якості;
- створення клієнтів орієнтованого виробництва, замість роботи на склад;
- нарощування продажів, через диверсифікацію виробництва;
- створення спільних виробництв на нових ринках.

Одночасно, говорячи про антикризове управління, варто зазначити, що підприємства широко використовують його як пост кризових заходів.

У той же час антикризове управління складається з двох напрямків [2]:

- антикризове управління у пост кризових умовах;
- антикризове управління до кризових умов.

Незважаючи на широку популярність і застосовність першого напряму, другий застосовується меншою мірою і залишається широко обговорюваним у наукових колах [4]. Застосування інструментів превентивного управління підприємством часто здійснюється у напрямку реінжинірингу бізнес процесів, що полягає у скороченні як горизонтальних, так і вертикальних рівнів управління, а також введення нових сполучних структур, створених на осно-

ві менеджменту знань [10, p.15]. Також необхідно застосування інструментів, вкладених у постійну переробку і вдосконалення виробничого процесу з урахуванням концепції безперервного потоку створення цінності (технології ощадливого виробництва).

Використання до кризового управління, дозволить знизити рівень помилок у межах всієї організації, і навіть нераціональних витрат через залучення рядових співробітників у цей процес, за значного збільшення конкурентоспроможності фірми над ринком за низького рівня вкладень.

У той же час, кожне підприємство, провадячи господарську діяльність, постійно перебуває під загрозою виникнення кризи, проте не всі підприємства вживають докризових заходів управління. Цей факт свідчить про необхідність розробки комплексної програми управління підприємством з метою мінімізації своїх ризиків у майбутньому, створення необхідних фінансових резервів для нівелювання негативних ефектів майбутньої економічної чи внутрішньої кризи та створення стійких джерел доходу, які допоможуть подолати його з найменшими втратами для підприємства. Визначення "буферної зони" підприємства у вигляді критичних показників його діяльності дозволить знизити ступінь ризику і реагувати на умови господарювання, що змінюються, за коштами застосування до кризової програми управління підприємством. Крім того, стратегічне бачення менеджменту компанії має змінюватись при настанні нових умов господарювання. Таким чином, на підприємстві можливе застосовування обидва розглянуті антикризові напрямки — до кризовий та посткризовий.

Методи оптимізації, які задіяні в управлінні розвитком, можуть застосовуватися для вдосконалення бізнес-процесів, оптимізації використання матеріальних, технологічних, фінансових, кадрових і інформаційних ресурсів.

Необхідною умовою формування ефективного механізму управління розвитком підприємства вважаємо забезпечення безперервної реалізації ключових етапів управління, які, в свою чергу, передбачають проведення ряду заходів:

1. Етап актуалізації та цілеспрямованості.

На даному етапі проводиться ідентифікація поточної фази кризи на базі аналізу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства. Підсумком першого етапу є постановка мети і вироблення завдань управління.

2. Етап реалізації структурних змін.

На другому етапі, відповідно до поставлених раніше цілей, проводяться структурні зміни на підприємстві. При необхідності удосконалюються структура управління, організаційна структура, структура бізнес-процесів, структура виробництва.

3. Етап функціональної оптимізації.

На цьому етапі, відповідно до нових цілей і нової організаційної структури, налагоджуються бізнес-процеси, узгоджуються функції на робочих місцях, функції управління, оптимізуються компетенції співробітників відповідно до нових цілями управління.

4. Етап комплексної оцінки ефективності управління.

Метою останнього етапу є виявлення слабких місць і знаходження кризових передумов, які здатні привести в майбутньому до зародження кризи.

Завершує механізм управління розвитком підприємства в умовах кризи блок прийняття рішення про коригування параметрів механізму, який пов'язаний прямим і зворотнім зв'язком з основними елементами механізму.

Механізм управління розвитком підприємства в умовах кризи націлений на своєчасне виявлення несприятливих факторів, що впливають на підприємство, що дозволяє зробити кризовий процес керованим і використовувати його чинники для досягнення цілей розвитку підприємства.

Отже, запропонований механізм призначений для завчасного відстеження та усунення протиріч між цілями, функціями і структурою управління підприємства.

Джерела

1. *Василенко В. О.* Антикризове управління підприємством: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2013. 504 с.
2. *Глєбова А. О., Конзерська Т. О.* Формування системи антикризового управління на підприємстві // *Молодий вчений*. 2015. № 11(2). С. 35–40.
3. *Гришова І. Ю.* Управління ризиками у контексті стратегії антикризового управління // *Український журнал прикладної економіки*. 2016. Т. 1. № 3. С. 32–40.

Науковий керівник: *П. І. Сокуренко, канд. екон. наук, доц.*

А. Ю. БОВА
В. А. ЛЕВКІВСЬКИЙ
Державний біотехнологічний університет

ФЕНОМЕН КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

Корпоративна культура характерна для будь-якого підприємства та виникає в момент його створення. Виступаючи невидимою частиною підприємства, вона справляє вагомий вплив на поведінку персоналу. В різних організаціях аспекти корпоративної культури можуть бути детально відображені в відповідних документах, можуть бути задокументовані тільки деякі її принципи чи взагалі вона може існувати та реалізовуватись за неписаними правилами.

Поняття "корпоративна культура" бере свій початок з військової справи та було вперше застосовано військовим теоретиком Г. фон Мольтке у XIX ст. як характеристика взаємовідносин в офіцерському середовищі, що регулювалось як статутами, так і неписаними правилами. При цьому зовнішні прояви такої корпоративної культури дозволяли розпізнати "своїх".

Активні дослідження даного феномену розпочались у 1970–1980-х рр. в США, однак термін “корпоративна культура” ще не вживався. Першими, хто застосував даний термін до визначення корпоративної культури як найвагомішого чинника, здатного впливати на поведінку в організації та соціальний розвиток, були Т. Є. Діл і А. А. Кеннеді (1982 р.). Вони визначили, що сильна культура та особливий стиль підприємства здатні сприяти його успіху як на національному, так і міжнародному ринках поряд з висококваліфікованим персоналом, ефективним управлінням, інноваційними стратегіями.

Феномен корпоративної культури пов’язують передусім з розвитком духовної культури організації. Це особливо актуалізується для вітчизняних підприємств в контексті глобалізаційних та євроінтеграційних трансформацій [1].

Один з перших дослідників феномену організаційної культури Е. Шейн запропонував вивчати її з використанням методу клінічного дослідження на трьох її рівнях: поверхневому, внутрішньому та глибинному.

Так, пізнання корпоративної культури починається з “поверхневого” рівня — символів та артефактів. До них належать неприховані й відчутні складові: манера поведінки, мова, правила, фірмові і товарні знаки, фірмовий одяг, інтер’єр приміщень, архітектура будівель. Їх виявлення є легким, але інтерпретація в термінах ускладняється без розуміння явищ на інших рівнях. Другий, підповерхневий, рівень дозволяє вивчати цінності, вірування і переконання членів організації на основі того, яким чином вони відображаються в символах і мові, роз’яснюючи мету їх існування, адже сприйняття таких цінностей залежить від бажання людей, тобто носить свідомий характер.

Вивчення на глибинному рівні дозволяють визначити базові (фундаментальні) припущення, які часто важко усвідомлюються навіть самими співробітниками організації. Зокрема, з-поміж таки прихованих припущень Е. Шейн виділяв ставлення людини до буття в цілому, сприйняття нею часу і простору, загальне ставлення до інших співробітників і роботи. Такі цінності сприймаються на рівні підсвідомості та не потребують унормування [2].

Реалізація корпоративної культури пов’язана з виконанням широкого спектру функцій, який поділено на дві групи: 1) пов’язані з внутрішнім станом формального механізму підприємства; 2) пов’язані з необхідністю адаптації підприємства до змін зовнішніх факторів [3].

Перша група охоплює наступні функції: охоронну; інтегруючу; регулюючу; заміщення; адаптивну; освітню; управління якістю; орієнтуючу; мотиваційну; формування іміджу підприємства.

Друга група функцій охоплює: функцію орієнтації на споживача; функція регулювання партнерських відносин; функція пристосування економіки підприємства до потреб суспільства [3, 4].

Таким чином, корпоративна культура сприяє розв’язанню двох ключових проблем підприємства: налагодженню оптимальних зв’язків між підприємством та зовнішнім середовищем та стабілізації продуктивної роботи персоналу на х засадах партнерства [5].

Джерела

1. *Смігунова О., Миколенко І., Романашенко М.* Роль корпоративної культури в успішному розвиткові системи управління персоналом підприємстві // *Вісник Хмельницького нац. ун-ту. Економічні науки*. 2022. № 5. Т. 1. С. 37–42.
2. *Задихайло Д. В., Кібенко О. Р., Назарова Г. В.* Корпоративне управління: навч. посіб. Х.: Еспада, 2003. 688 с.
3. *Монастирський Г. Л.* Теорія організації. К. : Знання, 2008. 319 с.
4. *Харун О. А., Стецюк О. В.* Сутнісні характеристики корпоративної культури підприємств // *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 13. С. 139–144.
5. *Полянська А. С., Дюк О. М.* Формування моделі корпоративної культури в діяльності вітчизняних підприємств // *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 27(2). С. 9–16. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2018_27%282%29__4.

Науковий керівник: *О. В. Смігунова, канд. екон. наук, доц.*

С. М. БОГАН

канд. іст. наук, доцент кафедри правових дисциплін,
Одеський інститут Міжрегіональної Академії управління персоналом

ДІЯЛЬНІСТЬ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ З НАДАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ДОПОМОГИ НАСЕЛЕННЮ ТА ВІЙСЬКОВОПОЛОНЕНИМ НА ОКУПОВАНІЙ НІМЕЦЬКИМИ ВІЙСЬКАМИ ТЕРИТОРІЇ ЦЕНТРАЛЬНОЇ ТА ПІВДЕННОЇ УКРАЇНИ У 1941–1944 роках

Активне надання соціальної допомоги малозабезпеченому населенню і військовополоненим з боку українських колабораціоністських органів місцевого самоврядування розпочинається з кінця 1941 р. Тоді німецьким загарбникам вдалося окупувати майже всю територію України і сформувати систему місцевої окупаційної адміністрації. Цій адміністрації, в свою чергу, вдалося певним чином налагодити в Україні торгівлю, фінанси, сферу обслуговування, ремісництво і частину зруйнованої промисловості. Це дало можливість акумулювати хоч і незначні, але достатні кошти для надання мінімальної соціальної допомоги.

У 1942 р. для надання соціальної допомоги найбіднішому населенню Херсона міською управою було виділено 200 тисяч крб. [1]. Соціальна допомога малозабезпеченому населенню надавалася не лише у великих містах, а й у сільських районах. Голопристанська районна управа на Херсонщині регулярно надавала грошову допомогу найбіднішим сім’ям. Після розгляду 2369 заяв, протягом квітня-вересня 1942 р. на 31 жовтня цього року районною управою було виплачено 211432 крб. 2250 господарям з 6215 утриманцями. Також Голопристанська районна управа надавала малозабезпеченому

населенню найнеобхідніші продукти харчування. У зазначений період були безкоштовно забезпечені продуктами: 3062 службовця організацій та 5496 непрацездатних членів їх сімей, а також 2391 мешканець району "інших категорій" і 3145 непрацездатних членів їх сімей. Їм було роздано: 62602 кг борошна, 6337 кг крупи, 13127 л молока, 4780 кг свіжої риби, 4565 кг солоної риби, 1711 кг капусти, 797 кг буряку, 1048 кг моркви [2, арк. 40–51]. На Херсонщині районні та міські управи навіть спромоглися виплачували пенсії особам похилого віку та інвалідам в розмірі від 50 до 100 крб [3, арк. 99]. Для цього проводилась реєстрація інвалідів місцевою цивільною адміністрацією [4].

Соціальна допомога радянським військовополоненим здійснювалася створеними при міських та районних управах комітетами допомоги військовополоненим. Миколаївський комітет допомоги хворим військовополоненим при міській управі закликав на Великдень 1942 р. зібрати крашанки і харчі для полонених і збирав кошти з мешканців міста, організовуючи "лотереї допомоги". Розігрувались харчі, цигарки, махорка, сірники, дрова, господарські й хатні приналежності [5, арк. 74]. Під патронатом цього комітету працювала лікарня для військовополонених у місті Миколаєві на вулиці Госпітальній [6, арк. 10]. Аналогічний комітет діяв у Херсоні [7]. Ресторан Ново-Бузької районної контори торгівлі й заготівель у грудні 1941 р. годував радянських військовополонених. За рахунком № 5 ресторану від 13 грудня 1941 р. полонені отримали на сніданок, обід і вечерю кашу, борщ, картоплю й суп. Денне меню військовополонених обходилося ресторану в 5 крб 20 коп. Рахунок підписували завідувач буфету і військовополонені [8, арк. 187]. Після того, як у Полтаві в січні 1942 р. мешканцями міста було зібрано достатню кількість теплих речей для німецьких воїнів, за ініціативою полтавського міського голови Борковського було розпочато збір теплого одягу і взуття для радянських військовополонених [9].

У 1943 р. колабораціоністські органи місцевого самоврядування надавали грошову і матеріальну допомогу українським родинам, чиї члени поїхали працювати до Німеччини, або пішли добровольцями в німецьку армію. Якщо відправлявся один член — надавалася разова місячна грошова допомога в 180 крб; якщо двоє — 240 крб; якщо троє — 300 крб. Якщо на роботу до Німеччини, або до німецької армії відправлялись більше трьох членів родини надавалась грошова допомога в 360 крб. Крім грошової допомоги цій категорії надавалась матеріальна допомога хлібом та вугіллям [10, арк. 42]. Для отримання соціальної допомоги родинами подавались відповідні заяви до міських та районних управ [11, арк. 1]. За списком "осіб, що виїхали до Німеччини сім'ям яких видано грошову допомогу" з 1 по 31 березня 1943 р. в Миколаєві було видано сім'ям остарбайтерів по 130 карбованців. Виплату здійснював фінансовий відділ Миколаївської міської управи, очолюваний паном Демченком. В 1944 р. грошову допомогу підвищили до 200 карбованців. Про це свідчать платіжні відомості цього ж фінвідділу від 9 березня 1944 р. [12, арк. 2–25]. Щоправда, виплата щомісячної грошової допомоги українським сім'ям здійснювалася лише за умови того, що вони були на утри-

манні військових добровольців, або тих, хто виїхав на роботу до Німеччини і окупованих нацистами країн Західної Європи [13, арк. 28]. Надавались й інші пільги. Мешканки Дніпропетровська Кравченко О. М. та Ільїна А. П. були звільнені від відправлення на роботу до Німеччини, оскільки їхні батько і чоловік пішли воювати добровольцями в німецьку армію [14, арк. 269]. Соціальна допомога також надавалася біженцям з Дону, Кубані та Кавказу. На обліку в Дніпропетровській міській управі щодо отримання допомоги в 1943 р. стояли: 20 осетинів, 2 балкарця, 6 кабардинців [15, арк.12]. Також на обліку знаходились біженці з числа донських та кубанських козаків, або членів їх сімей (точна їх кількість не була вказана). Біженцям надавалось безкоштовне житло. Траплялись випадки коли господарі будинків і помешкань збирали платню, а у випадку відмови били постояльців-біженців. Районні управи брали їх під захист і стягували за допомогою української поліції штрафи з домовласників [16, арк. 2].

Дослідження теми дозволяє зробити наступні висновки. В умовах німецької окупації соціальна допомога малозабезпеченому населенню та біженцям здійснювалась колабораціоністськими органами місцевого самоврядування за участю створених ними фінансових структур, торгівельно-заготівельних контор і комітетів допомоги полоненим; грошова і матеріальна допомога з боку місцевих колабораціоністських органів місцевого самоврядування і господарських організацій надавалася найбіднішому населенню, інвалідам, малозабезпеченим службовцям, дітям, особам похилого віку, біженцям, що рятувались від сталінського режиму і сім'ям тих, хто відправився працювати до Німеччини, або воювати добровольцем до німецької армії; соціальна допомога сім'ям остарбайтерів і добровольців німецької армії була обмежена встановленими правилами і не надавалась усім без винятку; біженцям органами місцевого самоврядування надавалась як грошова і матеріальна допомога, так і безкоштовне житло.

Джерела

1. Голос Дніпра. 1942.
2. Державний архів Херсонської області. Ф. 1501. Оп. 3. Спр. 8.
3. Державний архів Херсонської області. Ф. 1501. Оп. 5. Спр. 1.
4. Голос Дніпра. 1942.
5. Державний архів Миколаївської області. Ф. 1035. Оп. 1с. Спр. 15.
6. Державний архів Миколаївської області. Ф. 1035. Оп. 1с. Спр. 19.
7. Голос Дніпра. 1942.
8. Державний архів Миколаївської області. Ф. 1048. Оп. 1. Спр. 1.
9. Голос Полтавщини. 1942.
10. Державний архів Дніпропетровської області. Ф. 2276 с.ч. Оп. 1. Спр. 1163.
11. Державний архів Дніпропетровської області. Ф. 2538. Оп. 2. Спр. 14.
12. Державний архів Миколаївської області. Ф. 1021. Оп. 1. Спр. 30.
13. Державний архів Херсонської області. Ф. 1501. Оп. 3. Спр. 14.
14. Державний архів Дніпропетровської області. Ф. Р2276. Оп. 1с. Спр. 1785.
15. Державний архів Дніпропетровської області. Ф. Р2276. Оп. 1с. Спр. 1163.
16. Державний архів Херсонської області. Ф. 1501. Оп. 3. Спр. 14.

М. Ю. БОНДАРЕНКО
д-р філос. у галузі екон., доц.,
ННІУЕБ МАУП

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Економічна безпека є характеристикою підприємства, що відображає стабільне перевищення його доходів над витратами, ефективне використання коштів підприємства та вільне маневрування ними, безперервність процесу виробництва продукції та її реалізації.

Підприємство, що має належний рівень економічної безпеки, має переваги перед іншими підприємствами цього ж профілю в питаннях вибору постачальників, отримання кредитів, підбору кваліфікованого персоналу, залучення інвестицій та ін. Таке підприємство є соціально відповідальним, адже воно своєчасно сплачує податки, вносить неподаткові платежі, сплачує дивіденди, заробітну плати та гарантує банкам своєчасне виконання своїх зобов'язань перед ними.

Рівень економічної безпеки підприємства впливає на ступінь його незалежності від змін ринкової кон'юнктури, а ризик збанкрутувати у підприємства з високим рівнем економічної безпеки зведений до мінімуму.

Економічна безпека та конкурентоспроможність є взаємозалежними та пов'язаними між собою параметрами є, оскільки підприємство зберігає та зміцнює свої ринкові позиції за рахунок підвищення рівня конкурентоспроможності. Чим більше підприємством може бути досягнуто конкурентних переваг, які позитивно впливають на рівень економічної безпеки, тим більше переваг воно має перед реальними та потенційними конкурентами, тим вища її фактична та потенційна конкурентоспроможність. Зміни факторів у напрямку постійного множення конкурентних переваг та їх розвитку, підвищення ефективності та наукового рівня програм посилення конкурентоспроможності дає можливість формувати нові конкурентні переваги, усувати раніше допущені помилки та не повторювати їх. З цього випливає, що управління змінами у напрямку створення нових конкурентних переваг, їх розвиток та вдосконалення дозволяє підтримувати конкурентоспроможність на досить високому рівні будь-яких економічних об'єктів, що забезпечує плідну та ефективну роботу.

У сучасних економічних умовах наростання невизначеності перспектив національної економіки та посилення ризиків ведення бізнесу вплив конкурентоспроможності підприємства на його економічну безпеку зростає. Виходячи з цього, слід зазначити зацікавленість і держави, і керівників компаній у забезпеченні конкурентоспроможності та підвищення рівня економічної безпеки українських підприємств.

Цілі та завдання підприємства зумовлюють різний ступінь впливу зовнішніх та внутрішніх факторів. Завдяки проведенню аналізу цих факторів, керуюча система має можливість концентрувати зусилля та ресурси на позитивному впливі на економічну безпеку та запобіганні чи зниженні до мінімуму їх негативного впливу.

Очевидно, що економічна безпека є управлінською категорією і, відповідно, основне питання, яке постає перед проведенням її оцінки, полягає у визначенні поточного рівня забезпечення економічної безпеки на підприємстві. Оптимальна модель оцінки економічної безпеки підприємства повинна сприяти прийняттю економічно обґрунтованих управлінських рішень, для чого вона повинна мати наступні якості:

• моделювати та прогнозувати зміну рівня економічної безпеки підприємства як результат ведення основного напряму діяльності;

• давати можливість визначити життєздатність підприємства в умовах конкуренції;

• містити орієнтири для стратегічного прогнозування діяльності підприємства;

• служити важливим інструментом для планування власнихресурсів, визначення фінансових можливостей та конкурентних переваг підприємства.

Таким чином, інформація, яку підприємство отримує у результаті використання системи оцінки економічної безпеки, дозволить йому визначити свою позицію на ринку, усвідомити властиві йому конкурентні переваги в умовах впливу численних зовнішніх та внутрішніх факторів, що дозволяє приймати кваліфіковані управлінські рішення з метою підвищення ринкової стійкості підприємства та посилення його економічної безпеки.

Джерела

1. *Капітанець Ю. О.* Розробка конкурентної стратегії підприємства як суб'єкта ринкової економіки // *Науковий збірник Буковинської державної фінансової академії* : зб. наук. пр. Вип. 9 : Економічні науки. Чернівці, 2014. С. 306–315.
2. Управління фінансовою безпекою економічних суб'єктів : навч. посіб. / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. С. Фролова; [С. Фролов, О. Козьменко, А. Бойко та ін.]. Суми : ДВНЗ "УАБС НБУ", 2015. 332 с.

Науковий керівник: *В. Г. Гноєвий, канд. екон. наук, доц.*

А. І. БОНЬ
здобувачка IV курсу,
ПрАТ “ВНЗ “Міжрегіональна Академія управління персоналом”

ВІРТУАЛЬНЕ ВОЛОНТЕРСТВО

За останні 10 років Інтернет став центральним місцем для обміну інформацією, створення цінностей і соціальної взаємодії. Таким чином, виникає питання, яким чином просоціальна поведінка “зовнішнього світу” трасформується у віртуальні форми або замінюється ними.

Термін “віртуальна волонтерська робота” означає форми волонтерської діяльності, які повністю або частково відбуваються через Інтернет [1]. Роботю, що виконується, може бути, наприклад, консультування, дослідження, перекладацькі послуги або навіть веб-дизайн [2, с. 259]. Віртуальна добровільна робота надає волонтерам більшу гнучкість у часі та місці. Відсутність географічної залежності дозволяє віртуальному волонтерству залучати до співпраці людей, які зазвичай не можуть брати участь у волонтерській діяльності через причини мобільності, наприклад, людей з обмеженими фізичними можливостями або людей похилого віку. У той же час люди, які займаються віртуальним волонтерством, як правило, добре освічені та мають високий соціально-економічний статус, тому вони в основному залучаються до виконання більш кваліфікаційної роботи [3].

Систематичних досліджень масштабів віртуального волонтерства поки не проводилося. Одним з найбільш відомих прикладів віртуального волонтерства є служба онлайн-волонтерства Організації Об’єднаних Націй. Платформа об’єднує кваліфікованих та вмотивованих віртуальних добровольців, яких направляють до різних організацій з метою залучення до певних проєктів. Волонтерська діяльність може варіюватися від написання завдань до розробки веб-сторінок або лабораторного наукового аналізу. На сьогодні зареєстровано близько 20 000 добровольців і 2000 нових неурядових організацій, які займаються віртуальним волонтерством.

На жаль поки що така форма волонтерства все ще відіграє другорядну роль, незважаючи на низку переваг.

Джерела

1. *Cravens J., & Ellis S. J.* (2000). The virtual volunteering guidebook. Impact Online, Inc.
2. *Seddighi H., & Salmani I.* (2018). Online volunteering, a way to reduce health inequalities: a review study // *Journal of Community Health Research*. 7(4), 256–264.
3. *Amichai-Hamburger Y.* (2008). Potential and promise of online volunteering // *Computers in Human Behavior*. 24(2), 544–562.

Науковий керівник: *Л. А. Олексієнко, канд. пед. наук*

Ю. О. БОРОВИК
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

РОЛЬ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ІНЖИНІРИНГУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

В умовах значного розвитку інформаційних технологій і систем, зростання конкуренції у всіх сферах діяльності потрібні нові підходи до управління економічними процесами і ресурсним потенціалом підприємства з метою його ефективного функціонування. Такими процесами можуть бути: матеріально-технічне постачання, впровадження нових технологій, управління людськими ресурсами тощо. Ресурсний потенціал включає які використовуються в бізнес-процесах підприємства. Потенціал — джерела, можливості, засоби, запаси, які можуть бути використані для вирішення різних завдань, досягнення певних цілей, можливостей підприємства, суспільства, держави в окремих областях.

Отже, ефективне управління зазначеними економічними процесами і ресурсним потенціалом підприємства, що містить різні види матеріальних ресурсів (матеріальні, фінансові, науково-технічні, інвестиційні, інтелектуальні та ін.), з метою отримання релевантної інформації для прийняття обґрунтованих управлінських рішень оперативного, тактичного і стратегічного характеру, не є можливим без використання інструментів бухгалтерського інжинірингу у вигляді системи похідних балансових звітів.

З теоретичної точки зору, бухгалтерський інжиніринг визначають як процес застосування в моделюванні та системі бухгалтерського обліку як правило запозичених з інших наук специфічних інструментів, що організовується окремими службами підприємств та сторонніми організаціями для посилення значущості бухгалтерського обліку та результатів його звітності в управлінні ресурсами та економіці підприємства, галузі і держави [3].

Тобто, можна зазначити, що насамперед бухгалтерський інжиніринг передбачає використання інноваційних та творчих підходів до покращення фінансового обліку. Його метою є удосконалення фінансового обліку як інформаційної технології, яка б використовувалась для прийняття управлінських рішень. В результаті застосування бухгалтерського інжинірингу має бути отримана абсолютно нова технологія обробки даних щодо діяльності підприємства.

Поняття "бухгалтерський інжиніринг" сформувалось у сімдесяті роки XX ст. у Німеччині, де впровадили використання автоматизованих нульових балансів. Саме тоді дане поняття почали розуміти як окремий універсальний напрям побудови більш ефективної системи організації облікової служби на підприємстві. Можна стверджувати про те, що бухгалтерський інжиніринг уже існував ще до моменту створення всім нам відомої журнальної форми обліку [2, с. 64].

На нашу думку, визначальною передумовою для поширення використання бухгалтерського інжинірингу стало знецінення комп'ютеризації облікових процедур, поява персональних комп'ютерів, різноманітних баз даних, покращення якості і збільшення швидкості роботи комп'ютерної техніки, поява спеціалізованого облікового програмного забезпечення та програмних додатків. Без технологічного процесу створення і розробка системи інжинірингового обліку була дуже важким, трудомістким і коштовним проектом. В ті часи тільки великі корпорації могли даний проект реалізувати, але ефект від його використання був незначний. Отже, швидкий розвиток інформаційно-комп'ютерних систем у сфері бухгалтерського обліку дозволив в той час займатись не тільки розробкою стандартних облікових процедур, а і приділити увагу створення абсолютно нових, альтернативних облікових систем.

"Батьком" використання системи похідних балансових звітів для управління ресурсами і організації контролю вважається Теодор Лімперг (1879–1961) – професор бухгалтерського обліку та аудиту Державного університету Амстердама. Т. Лімперг створив концепцію вартості, яка могла б застосовуватися в умовах ведення бізнесу в якості альтернативи панівним сучасним концепціям суб'єктивної вартості, яке б базувалось на індивідуальних перевагах і оцінках корисності. Він заснував свою концепцію вартості на понятті гіпотетичного вилучення. Вартість активів може бути визначена шляхом вирахування збитків підприємства в разі позбавлення його активів [1].

В наш час можна виділити два основних підходи до розуміння сутності бухгалтерського інжинірингу – це у вузькому та у широкому розумінні.

У вузькому розумінні бухгалтерський інжиніринг розглядається як система похідних балансових звітів, що використовується для забезпечення управління платоспроможністю, власністю, ризиками, резервною системою. Похідні балансові звіті можуть бути використані як основне джерело інформації для стратегічного обліку. Тобто у майбутньому, управлінський персонал підприємства може спрогнозувати діяльність організації наперед. Звужене розуміння бухгалтерського інжинірингу не бере до уваги деякі аспекти, такі як змістовне наповнення таких звітів, опис і обґрунтування методів і технік.

У широкому розумінні бухгалтерський інжиніринг – це концепція розробки і впровадження облікових інформаційних систем, що побудована на використанні структурованого плану рахунків, нових видів облікової архітектури (базова, коригуюча, інжинірингова й стратегічна, гіпотетична складові), агрегованих і дезагрегованих об'єктів. На нашу думку, саме такий підхід є найбільш доцільним при побудові стратегічно орієнтованої системи обліку, бо дозволяє на основі інжинірингових інструментів забезпечити оцінку об'єктів середовища підприємства.

Отже, можна зробити висновок, що використання похідних балансових звітів створює можливості для ухвалення ефективних стратегічних рішень, оскільки дає можливість відобразити в обліку баготоваріантність подій в різних територіальних і часових аспектах з урахуванням розробленої стратегії підприємства.

Джерела

1. *Бутинець Ф. Ф.* Історія розвитку бухгалтерського обліку: навч. посіб. для студ. спеціальності 7.050106 "Облік і аудит". Житомир: ЖІТІ, 1999. Ч. І. 928 с.
2. *Виговська Н. Г.* Бухгалтерський облік: історичний аспект. Результати дисертаційних досліджень Житом. наук. бух. школи: монографія. Житомир: ЖДТУ, 2006. 620 с.
3. *Жук В. М.* Бухгалтерський інжиніринг. Зростання ролі бухгалтерського обліку в сучасній економіці: матеріали І Міжнар. наук.-практ. конф., 21 лют. 2013 р. Київ: ТОВ "Всеукраїнський інститут права і оцінки", 2013.

Науковий керівник: *Ю. А. Малашенко, канд. екон. наук, доц.*

С. Ю. БУБЕЛА

Вінницький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету

ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗВИТКУ ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИЗМІ В УКРАЇНІ

Сьогодні індустрія організації заходів відіграє важливу роль у суспільному житті. Однак для успішної організації заходу, все повинно бути ретельно і детально сплановано. Важливою умовою розвитку подієвого туризму є повне поєднання всіх складових в організації заходу, що допомагає замовнику туру бути задоволеним не тільки від результату, а й від самого процесу підготовки заходу. Практика показала, що івент-туризм користується великим попитом і жорсткою ринковою конкуренцією, але є дуже енергоємним через необхідність детального планування [1, с. 71].

У зв'язку з цим, відправною точкою в управлінні заходами є визначення характеру заходу, причини його проведення, яка формує мету і завдання організаторів заходу. Незалежно від того, чи це події, чи туризм, міське та державне регулювання є важливим фактором для розвитку. Державне регулювання безпосередньо пов'язане зі злетом і падінням індустрії в цілому, саме тому ми отримуємо всі дозволи на проведення заходів вд місцевих органів влади. Раптова пандемія 2019 року призвела до низки обмежень, які почали впливати не лише на життя громадян, а й на іноземний та вітчизняний бізнес. Особливо ці обмеження торкнулися туристичної галузі, оскільки основний потік туристів, які зазвичай відпочивали за кордоном, були змушені знайти цю необхідність закритою для всіх [2, с. 39]. Щоб уникнути величезних збитків, туристичні компанії почали шукати нові способи заробітку, і одним з них став подієвий туризм.

При створенні подієвого туру враховується розташування готелю, архітектура, інтер'єри номерів, наявність ресторанів і закусочних, магазинів, ту-

ристичних визначних пам’яток, доставка до місця проведення заходу, послуги гідів та перекладачів. Вартість туру визначається цими умовами. Не менш важливим фактором у діяльності туристичної агенції є фінансове забезпечення.

Адже туристичні агенції бронюють квитки та номери в готелях на заходи за власний кошт. Це створює ризик у діяльності туристичної агенції , що є ще однією особливістю подієвого туризму. Як наслідок, подієвий туризм орієнтований на заможних туристів з доходами вище серед нього та організовані групи від п’яти і більше осіб.

Основною передумовою організації подієвих подорожей є своєчасне інформування та реклама про подію, доступ громадськості до інформації про подію та її організаційну реалізацію. Це дозволяє туристичним агентствам заздалегідь планувати подієві поїздки. Важливо підкреслити , що процвітанню цього виду туризму сприяє геополітичне розташування України, а також етнічний склад населення та багатство народної культури, обрядів і традицій [3].

Тому подієвий туризм є особливо чутливою сферою туризму, оскільки компанії будуть витрачати гроші лише тоді, коли побачать ефективні результати від організації відповідних заходів.

Джерела

1. *Зеленська Л., Романова А.* Івент-менеджмент: словник-довідник організатора заходів. Київ: НАКККІМ, 2015. 84 с.
2. *Карпюк О. А., Сингаєвська А. О.* Event-менеджмент в туристичній галузі: світовий досвід та перспективи для України // Актуальні проблеми, сучасний стан та перспективи розвитку індустрії туризму в Україні та Польщі: матеріали XIX Міжнар. наук.-практ. конф. Житомир: ЖФ КІБІТ, 2016. С. 39–42.
3. *Хитрова О. А., Харитонова Ю. Ю.* Стан і тенденції розвитку івент-менеджменту в Україні. URL: http://vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2018/30-2018/8.pdf

О. В. БУЛГАКОВА

К. А. БЄЛІКОВ

Донецький державний університет внутрішніх справ

ЗАПРОВАДЖЕННЯ НАЙКРАЩИХ ПРАКТИК ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ У ВИРІШЕННІ ПРОБЛЕМ ВІДНОВЛЕННЯ ПРОМИСЛОВОГО РЕГІОНУ

Промислові регіони в України характеризуються не тільки значним скупченням об’єктів промисловості та супутніх інфраструктурних споруд, а й специфічною організацією життя всіх мешканців цієї території. В промис-

лових регіонах складається специфічна система взаємозалежності де функціонування промислових підприємств обумовлюють стиль та спрямованість життя всієї громади. Відповідно кризові явища, які призводять до зупинки промисловості або навіть знищення промислового підприємства, спричиняють суттєву кризу і в житті громади. Підтримання балансу у розвитку громади і промислових підприємств є важливою, але складною задачею для органів місцевого самоврядування.

Досвід країн, що займалися комплексним посткризовим відновленням та реконструкцією, висвітлює важливість інституційних заходів, які б забезпечили потужне лідерство з боку обласних державних адміністрацій з метою здійснення координації між усіма зацікавленими сторонами, за участі зацікавлених міністерств, державних агентств, районних державних адміністрацій, органів місцевого самоврядування, представництв донорських організацій, організацій громадянського суспільства, та інших бенефіціарів, які можуть відіграти важливу роль у процесах відновлення [1, с. 6].

Війна в Україні, яка розпочалась в 2014 році, та загострення воєнної агресії в лютому 2022 року вкрай негативно відбилось на стані промисловості в місті Кривий Ріг. Багато підприємств змушені були скоротити свою діяльність, деякі підприємства зазнали руйнівних ударів під час ворожих обстрілів. Спад промислового виробництва відразу відбився й на житті громади в цілому. Проте, основне питання полягає в розробці та реалізації Програми відновлення міста Кривий Ріг, як одного з провідних промислових регіонів України.

Процеси відновлення мають базуватися на застосуванні сучасних інноваційних технологій, в тому числі і найкращих практик публічного управління. Доцільним також є опрацювання міжнародного досвіду з питань реалізації програм відновлення, накопичений у різних країнах, що відчули наслідки руйнівного впливу, адаптувати цей досвід та використати його в Україні [1, с. 4].

Більшість практик успішного відновлення промислово розвинених регіонів базуються на відновлення балансу між потребами людей та потребами промислових підприємств не тільки в сировинних ресурсах, а й в запровадженні нових технологій виробництва, покращенні умов праці та підвищенні рівня освіти і культури робітників. Також важливим є фактор вдосконалення організації міського простору з позиції зниження навантаження на оточуюче середовище, раціоналізацію використання територій та запровадження зелених технологій в повсякденний обіг.

Успішність реалізації програм відновлення промислового регіону зумовлене налагодженням суспільного діалогу між громадою, промисловими підприємствами та органами місцевого самоврядування. Провідною повинна стати роль органів місцевого самоврядування, до сфери відповідальності яких належить моніторинг запитів від громади та від суб’єктів промисловості [2, с. 38].

Слід зауважити, що одним з найважливіших запитів громади промислового міста є відновлення та розвиток культурно-соціальних об’єктів та за-

провадження інновацій в сферу соціальних послуг та культурного життя людей. Неможливо вважати успішною Програму відновлення, яка не передбачає формування нової якості культурного життя людей. Саме тому багато уваги міжнародні донори приділяють відновленню або створенню громадських просторів або хабів, які здатні забезпечувати творчий простір для широкого кола людей. Також необхідно в Програмі відновлення багато уваги приділяти організації загальноміського простору із врахуванням принципу відкритого та зручного доступу для різних категорій людей.

Програма відновлення промислового регіону повинна носити комплексний характер та відображати запити від всіх учасників громади промислового регіону, які слід визначати на підставі моніторингу та оцінювання процесів відновлення на кожному етапі.

Використання моделі управління за результатами процесів відновлення з метою ефективного вирішення існуючих проблем як в сфері промисловості, так і в сфері розвитку громади, дозволить покращити координацію системних програмних заходів з відновлення та розвитку на регіональному рівні в короткостроковій та довгостроковій перспективі та стимулювати процеси залучення ресурсів не тільки міжнародної технічної допомоги, а й місцевих промислових підприємств.

Джерела

1. Методичні рекомендації з планування, моніторингу та оцінювання процесів відновлення. URL: https://adm.dp.gov.ua/storage/app/media/uploaded-files/mtd/metodrecplanuvannya.pdf
2. *Бондаренко Д. М.* Формування механізму публічно-галузевого управління промисловим комплексом регіонів // *Держава та регіони. Серія: Публічне управління і адміністрування*. 2021. № 4(74). С. 34–39.

І. А. ВАКАРОВА
ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

ПОДОЛАННЯ АГРЕСИВНОЇ ПОВЕДІНКИ ПІДЛІТКІВ: СОЦІАЛЬНИЙ АСПЕКТ

Агресивна поведінка підлітків одна з найбільш значущих у суспільному середовищі. Підліткова агресія за своїми масштабами, рівнем прояву, шкодою, яку завдають оточенню і собі самому, являє собою небезпечне явище. Насамперед це пояснюється зростанням агресії та насильства серед населення загалом і в підлітковому середовищі зокрема.

Необхідно зазначити, що дана проблема привернула увагу багатьох науковців, таких як Л. Гокіна, В. Долгова, Л. Данільчук,

Л. Романовської, О. Замашкіної, О. Лящ [1–4] та інших у частині вивчення соціальної складової даного явища та розробки комлесних заходів профілактики агресивної поведінки у осіб підліткового віку, враховуючи специфіку не тільки зовнішнього оточуючого суспільного простору, а і внутрішньої складової підлітку.

Агресивна поведінка підлітків — це гостра проблема суспільства, що потребує негайного вирішення. Підлітковий вік належить до особливого кризового періоду онтогенезу, пов'язаного з інтенсивним психофізіологічним розвитком, емоційною нестабільністю, імпульсивністю, підвищеною вразливістю, особливою чутливістю до впливів середовища. Саме кризовий стан на підлітковому етапі розвитку особи підкреслює тяжкість та його підвищений рівень агресії.

За результатами досліджень з'ясовано, що на у період раннього підліткового періоду, а саме десять–одинадцять років особи акцентують уваги на критичному відношенні до себе. При цьому у розрізі гендерної складової 34 % підлітків чоловічої статті і 26 % підлітків жіночої статі перевагаю віддають негативним характеристикам та грубій, жорсткій, агресивній поведінці.

І це все свідчить про необхідність вирішення даної проблеми як на психологічному рівні так і соціальному. При цьому дотримуючись головного принципу подолання кризових станів — це систематичність, комплексність, комунікативність, зокрема у повній взаємодії як соціальних спеціалістів, психологів, батьків та підлітків надаючи їм можливість якомога ширше розкрити свій внутрішній світ, проявити своє — Я, самостійно вирішувати питання, аналізувати наслідки рішень та їх подолання. При такій гармонійній взаємодії можна відбудувати алгоритм найбільш дієвої профілактики агресивної поведінки, здатної сбалансувати соціально-психологічне напруження підлітку та оточуючого середовища і уникнути негативних наслідків агресії.

Слід також зауважити, що проблему підвищення ефективності ранньої профілактики слід розв'язувати в таких напрямах:

- виявлення несприятливих чинників і десоціалізаційних впливів з боку найближчого оточення, що зумовлюють виникнення агресивної поведінки, і своєчасне усунення цих несприятливих впливів;
- своєчасна діагностика агресивних проявів з боку підлітків оточуючому середовищі та диференційовано підходити до розробки та використання профелактичного комплексу засобів.

Для профілактики агресивної поведінки необхідно навчити підлітків навичок позитивного спілкування, взаємодії з іншими членами соціуму, прищепити вміння знаходити мирні шляхи розв'язання конфліктів, велике значення також мають навички спільної роботи, які вони здобувають, зокрема, в рамкахзакладів освіти.

Джерела

1. *Гокіна Л.* Агресивна поведінка дітей — це крик про допомогу // *Психологічна газета*. 2007. № 13. Одеса. С. 3.

2. *Долгова В.* Психолого-педагогическая коррекция агресивного поведения старших подростков. Челябинск : АТОКСО, 2010. 109 с.
3. *Замашкіна О.* Проблема агресивності підлітків як соціально-психологічне явище сучасності. Теоретичні та методичні аспекти соціальної діяльності : монографія / відп. ред. Л. Данільчук, Л. Романовська. Хмельницький : ФОП Цюпак А., 2020. Т. 4. Розд. 2. С. 45–88.
4. *Лящ О.* Психологічна профілактика агресивних проявів в учнів професійно-технічних навчальних закладів : автореф. дис. ... канд. психол. наук. Київ, 2006. 25 с.

Науковий керівник: *І. А. Фігуровська, старший викладач*

А. Є. ВАКУЛЕНКО

ВИРОБНИЧИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТА ЙОГО СКЛАДОВІ

На рівні підприємств визначаються різні види потенціалів, що характеризують їх можливості в тій чи іншій сферах діяльності. При цьому виділяються: економічний, соціально-економічний, інвестиційний, природний, кадровий, трудовий, виробничий, ресурсний, інноваційний, науково-технічний та інші види потенціалів.

Виробничий потенціал — це сукупність вартісних і натурально-речовинних характеристик виробничої бази, що виражається в потенційних можливостях провадити продукцію певного складу, технічного рівня і якості в необхідному обсязі.

Технічна **складова виробничого потенціалу** відображає можливості використання наявних основних засобів, зокрема обладнання, будівель, споруд, устаткування, для здійснення фізичних операцій з виготовлення продукції (виготовлення товарів, надання послуг, виконання робіт), а також можливості конструктивного удосконалення і модернізації всієї техніки для більш ефективного забезпечення виробничих операцій.

Важливе місце в оцінці можливостей підприємства займає Визначення виробничого потенціалу.в економічній літературі асоціюються такі методи визначення поняття “виробничий потенціал”:

- народногосподарський підхід з урахуванням цієї категорії визначається як елемент національного багатства країни;
- фондовий (результатний) метод, в даному випадку виробничий Припускаючи, що потенціал дорівнює продуктивній потужності підприємства;
- організаційно-економічний підхід з урахуванням якого виробничий потенціал підприємства досліджується як система економічні відносин;
- функціональний метод, який при використанні є продуктивним при якому потенціал оцінюється як здатність або можливість бізнесу виробництво;

- ресурсний метод, який базується на тому, що виробничий потенціал включає певні виробничі ресурси підприємства.

Найпоширенішим є ресурсний метод, згідно з яким традиційно включає виробничий потенціал фірми такі елементи: основні виробничі потужності, персонал підприємства, технологія,інформація. Найбільша питома вага в структурі виробничого потенціалу займають основні засоби виробництва, виробничий потенціал якого зайнято, оцінки, його стан і використання характеризуються значним індексом тому рекомендуються наступні основні категорії ознак:

1. За витратами на придбання основних засобів або розвивати.
2. Розгляньте структуру основних фондів.
3. Визначення періоду розрахунку вартості поетапно основні засоби виробництва.
4. Розгляньте технічний стан основних засобів.
5. Розгляньте відтворювальний процес основних засобів.
6. За ступенем використання основних засобів.
7. Відповідно до коефіцієнта виробництва та рівня використання місткість.

Проблемним є питання про врахування до виробничого потенціалу підприємства інших ресурсів (або елементів), наприклад, оборотних активів, енергії, ресурсів організації виробництва і управління, інновацій. Оборотні активи є виробничими ресурсами, але знаходяться в постійному русі, що ускладнює їх облік. Вони можуть включатися до складу виробничого потенціалу на підприємствах, які характеризуються тривалим виробничим циклом. Енергія також є одним з видів ресурсів, але вона може бути врахована тільки за величиною її споживання, інакше кажучи в формі витратної характеристики. Включення до складу виробничого потенціалу ресурсів організації і управління виробництвом, на наш погляд, не є цілком обгрунтованим, тому що ці види ресурсів не належать до числа виробничих.

Висновки:

Таким чином, при оцінці виробничого потенціалу пропонується додатково враховувати такі види виробничих ресурсів, як оборотні активи та інновації. Виробничий потенціал є частиною економічного потенціалу підприємства і відрізняється від нього на величину фінансових ресурсів. Технологія, інформація та інновації утворюють інноваційний потенціал, який входить до складу виробничого потенціалу підприємства.

Таким чином, вважаємо, що використання системи показників оцінки виробничого потенціалу підприємства дозволить більш точно і обгрунтовано визначати його стан і рівень використання.

Джерела

1. *Гончар О. І.* Еволюція категорії “потенціал підприємства” та її роль в економічних дослідженнях /О. І. Гончар, Ю. Г. Галкіна // *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 5. Т. 3. 347 с.

2. *Коленда Н.* Поняття виробничої стратегії підприємства // *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 15. [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://www.globalnational.in.ua/issue-15-2017.
3. *Копецька Ю. О.* Сутність, основні види та класифікація енергетичних ресурсів як складові виробничого потенціалу підприємства.

Науковий керівник: *Т. П. Несторенко, канд. екон. наук, доц.*

А. В. ВІННИЦЬКА
гр. ТУпдн-9-19-Б1ГМА,
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

МОВА ЯК ЗАСІБ ЛЮДСЬКОГО СПІЛКУВАННЯ ТА КОНСОЛІДАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

Одним із головних чинників, що визначає націю є мова. Мова — серце, душа народу, джерело його історичних надбань, а тому повинна постійно перебувати під захистом та підтримкою держави. Основне завдання мовної політики держави спрямоване на забезпечення повноцінного функціонування, взаємодії та подальшого формування мови в усіх сферах суспільного життя [1, с. 67].

Українська мова є найміцнішим ґрунтом для виховання національно свідомих громадян країни. Сьогодні українська мова є не лише визначальним атрибутом держави, але ж і надійним оберегом, а також зброєю в боротьбі проти знищення нашої ідентичності. Унікальність теперішньої ситуації пояснюється тим, що не держава стоїть на сторожі української мови, а саме мова репрезентує всі можливості для відродження держави — України. У часи війни українська мова є єдиним об'єднавчим чинником, що долає кордони і єднає націю духовно [6, с. 222–223]. У цьому значенні О. Федик пояснює унікальність української мови: "Вона унікальна в тому, що вийшла за межі своєї власної системи, вона переросла саму себе як національний феномен і знакова етносистема, і набула значення та вартости як мета явища, що перекриває інші ознаки нації, замінює відсутність держави ..." [5, с. 83].

Основними функціями мови є інформативна, комунікативна, афективна і когнітивна. Інформативна функція мови є засобом отримання усіх знань, які набуваються суспільством в процесі цілеспрямованої праці. Саме ця функція пов'язана зі зберіганням інформації та проектуванням цінностей культури. Комунікативна функція, яка реалізується під час спілкування, бесід та діалогів, сприяє створенню повноцінного суспільства та спонукає до індивідуального самовираження. Широкий спектр вербальної поведінки людини охоплює афективна функція, яка застосовується в художній літературі,

ораторському мистецтві та полемічному мовленні. Когнітивна функція передусім пов'язана з роздумами, усними доповідями, складанням письмових текстів, творчою роботою. Видатний вітчизняний філософ і філолог О. Потебня вважав основною функцією мови те, що вона творить думку і розвиває розумову діяльність. Тому необхідно дбати про збереження державної мови та забезпечувати повноцінний інтелектуальний розвиток у громадян країни [2, с. 35]. Функціональний підхід до мови сприяв розвитку теорії мови, функціональної стилістики, функціональної граматики [4, с. 61].

Українська мова є основною рушійною силою державотворення нації та консолідації українського суспільства. Втрата мови може призвести до втрати державності та національної ідентичності. Будь-яке обмеження мовних прав призводить до послаблення народу на користь інших етнокультур. “Мова є одним з головних етнозберігаючих чинників” [3, с. 147].

Джерела

1. *Левченко Т.* Мова і духовність нації // *Українська мова і література в школі.* 2003. № 5 С. 67–69.
2. *Потебня О.* Мова, національність, денаціоналізація: Статті і фрагменти / Упоряд. і вступ. ст. Ю. Шевельова. Нью-Йорк, 1992. 155 с.
3. *Теперич О. М.* Етнопсихологія українців: мовний аспект // *Гуманітарний вісник ЗДІА.* 2012. № 51. С. 142–149.
4. *Усик Н.* Рідна мова — найбільший скарб нації // *Українська мова і література в школі.* 2005. № 8 С. 61–64.
5. *Федик О.* Мова як духовний адекват світу (дійсності). Львів: Місіонер, 2000. 300 с.
6. *Шевчук С. В.* Мова — то серце народу: гине мова — гине народ // *Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова.* Серія 8. Філологічні науки (мовознавство). 2014. Вип. 6. С. 221–226.

Науковий керівник: *Л. В. Комар, старший викладач*

В. О. ВОЛКОВ

ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

МОДЕЛЬ ЗБІЛЬШЕННЯ ОБ'ЄМУ ПРОДАЖІВ

Ціни і цінова політика є одним з ключових елементів ринкової економіки. Суть і роль ціни розкривається у виконуваних функціях: обліково-вимірювальній, регулюючій стимулюючій, соціальній. Усі перераховані функції ціни тісно пов'язані між собою і доповнюють один одного.

Цінова політика торгового підприємства допомагає досягти короткострокових і довгострокових цілей, координує цінові дії в єдину систему, підтримує стабільний образ продукції і підприємства в цілому.

Цінова політика — процес планування, організації і контролю за витікаючим з цілей підприємства вибором стратегій і методів ціноутворення і встановленням остаточних цін на товари і послуги [1, с. 58].

Торгове підприємство визначає цю політику, пов'язуючи в єдину систему окремі рішення: цілі, стратегії і методи ціноутворення, взаємозв'язок цін у рамках асортименту, частоту використання знижок і зміни цін, співвідношення цін з конкурентами і інше. Зміст цінової політики торгового підприємства представлений на рисунку.

Ґрунтуючись на інформації, представленій на рисунку, слід розглянути послідовно елементи цінової політики торгового підприємства.

Конкретні цілі цінової політики торгового підприємства можуть бути різними, але в цілому їх можна об'єднати в три основні групи:

цілі, орієнтовані на збут : об'єм продажів, частка ринку;

цілі, орієнтовані на прибуток : норма прибутку, сума прибутку;

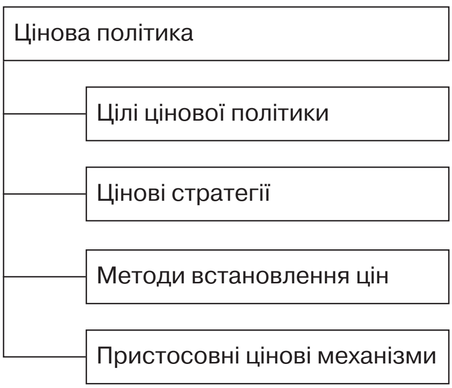
цілі, орієнтовані на збереження існуючого положення : стабільність, виживання [2].

Цінова політика торгового підприємства також може визначатися цілями, пов'язаними з отриманням прибутку. А саме:

Отриманням необхідного відносного прибутку, т. е. прибуток на одиницю продукції, або на 1 гривню реалізації, або на 1 гривню витрат. Норма прибутку служить для підприємства характеристикою економічної ефективності окремих товарів і напрямів діяльності. Підприємство встановлює для себе норму прибутку і, відповідно, може припиняти роботу з товарами, покупцями, посередниками, які не забезпечують цю необхідну норму. Високий відносний прибуток забезпечується великими націнками, високими цінами.

Отриманням необхідного абсолютного прибутку, т. е. загальної суми прибутку від усіх товарів. В цьому випадку для підприємства важливіше, скільки воно заробляє прибутки всього, а не на одному виробі, тому така мета часто пов'язана з низькими цінами.

Максимізацією поточного прибутку: торгове підприємство, не піклуючись про перспективу, встановлює таку ціну, яка забезпечить найбільше над-



Змістовні елементи цінової політики торгового підприємства

ходження поточної виручки і прибутку. Можлива причина криється в очікуванні швидкого падіння попиту.

Джерела

1. *Войчак А. В.* Маркетингові дослідження: навч.-метод. посібник для самостійного вивчення дисциплін. К.: КНЕУ, 2021. 119 с.
2. *Гаркавенко С. С.* Маркетинг: підручник. К.: Лібра, 2019. 712 с.

Науковий керівник: *В. В. Татарінов, канд. екон. наук, доц.*

В. М. ВОЛОКОВИЙ

ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

СТРАТЕГІЧНИЙ ПЛАН РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЇЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У сучасній економіці організація є відкритою системою, яка здійснює безперервну взаємодію з навколишнім середовищем. Кожне підприємство зацікавлене в підвищенні ефективності виробництва, яке є основою зростання прибутковості та існування фірми в боротьбі з конкурентами, що найбільш важливо в умовах сучасного прискорення науково-технічного прогресу.

Ефективність розвитку організації залежить, перш за все, від її потенціалу, можливостей і впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища. Саме, урахування впливу цих факторів дозволяє організації адаптуватися до динамічних змін соціально-економічного середовища.

Функціонування організацій в умовах ринкового середовища неминуче пов'язане з необхідністю передбачення зміни економічної ситуації, пошуком ефективних сфер діяльності і вдосконаленням управління. Зростання продуктивності повинне стати головною метою при управлінні організацією. Варто відзначити, що в довгостроковому плані головним фактором продуктивності прийнято вважати інноваційні перетворення в організації виробництва, що ведуть до зниження його витрат [1].

Стратегічне планування — це інструмент, за допомогою якого формується система цілей функціонування господарської системи, визначаються підходи щодо досягнення заданих показників діяльності та об'єднуються зусилля всіх суб'єктів управління.

Стратегічне планування включає в себе всі сфери організації і є основоположним процесом в реалізації економічної політики організації. Стратегічне планування необхідно для переходу на наступний щабель розвитку, пройшовши одиничний цикл у взаємозв'язку минулого і майбутнього через сьогодення.

Саме стратегічний план дозволяє визначити характер змін, забезпечити еволюційний, спадкоємний шлях розвитку, уникнути процесів стагнації. Таким чином, стратегічне планування — це циклічно утворений процес, що складається з чотирьох етапів:

• розробка стратегії;
• запуск стратегії;
• реалізація (ключовий етап);
• оцінка результатів.

Послідовне проходження етапів є один повний цикл планування.

Стратегічне планування передбачає системний аналіз факторів зовнішнього і внутрішнього середовища організації для виявлення поточного стану і визначення можливостей і способів успішного розвитку в умовах сформованої економічної ситуації. Проблема розробки, впровадження, а також подальшого використання стратегії у своїй діяльності вимагає від організації більш глибокого опрацювання і деталізації, як в методичному, так і в практичному плані.

Необхідно чітко розуміти процес управління організацією як комплексною системою, що складається з трьох основних елементів: стратегічного, тактичного і оперативного управління. На сьогоднішній день немає чітко визначеної матриці стратегічно-тактичного, тактичного і оперативного управління розвитком організації, так як дослідники не можуть прийти до єдиної точки зору щодо сутності, методології та методиці складання плану розвитку організації.

Увага вчених зосереджено, в основному, на стратегічному плануванні, як одному з важливих інструментів розвитку, що є не цілком обґрунтованим, так як практика показує, що ці елементи жорстко взаємопов'язані і взаємозумовлені, не заперечуючи самостійності кожної підсистеми зі своєю теорією, методологією і сформованою практикою застосування. Невірно розділяти стратегічне від тактичного, а тактичне, в свою чергу, від оперативного планування і розглядати ці три види як різні полюси. Рішення вчених на користь стратегічного планування зазвичай призводить до втрати прибутку компанії, що створює фінансові труднощі і ставить під загрозу існування організації. Отже, необхідно забезпечити оптимальне співвідношення і рівноважний стан між стратегічним, тактичним і оперативним плануванням [2].

Таким чином, стратегічне планування відноситься до однієї з функцій управління, яка являє собою процес вибору цілей і шляхів досягнення. Стратегічне планування гарантує базу для всіх управлінських рішень, функціонування організації, мотивації і контролю. Якщо не застосовувати переваги стратегічного планування, організація в цілому і окремі її члени будуть позбавлені точного методу оцінки і спрямованості роботи компанії. Процес стратегічного планування гарантує базу для управління членами організації.

Джерела

1. *Мінцберг Г.* Зліт і падіння стратегічного планування / пер. з англ. К. Сисоєва. Київ: Вид-во Олексія Капусти (підрозділ "Агенції "Стандарт"), 2008. 412 с.

2. *Сільченко І. А., Архіпова В. М.* Планування як визначна необхідність розвитку інноваційної діяльності підприємств // *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2017. № 4 (40). С. 63–67.

Науковий керівник: *В. Г. Гноєвий, канд. екон. наук, доц.*

Н. В. ГАВРИЛЕНКО
канд. екон. наук, доц.,
доцент кафедри економіки, обліку та підприємництва,
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова

ЗАГАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ

В умовах сьогодення малий бізнес вважається однією з значущих складових стабільного ринку, без якої не може бути реалізований стабільний розвиток нашої країни [1–2]. Однак, війна, яка розпочалася так раптово, стала неабияким викликом для української економіки. В перші місяці чимало господарюючих суб'єктів припинили свою роботу через постійні обстріли. На тимчасову паузу поставили господарську діяльність навіть ті бізнеси, які перебували далеко від лінії бойових дій, оскільки зіткнулися з логістичними проблемами, масовим виїздом працівників за кордон та невизначеністю.

Війна йде вже більше року і, правду кажучи, прогнози щодо її скорого закінчення є досить туманними. Війна — це масштабна криза, в умовах якої ризики та ставки значно вищі, аніж за минулих криз. На зміну ризику втратити прибуток або збанкрутувати прийшов новий страх — страх втрати абсолютно усього, включно з власним життям. Однак, вітчизняний підприємець не зачаївся в очікуванні настання ідеальних умов, та й взагалі — чи були колись ті ідеальні умови? Спочатку буремні 1990-ті роки, кризи 2000-х, коронавірусна пандемія і нинішня війна. Кожне випробування, з яким зіштовхувався український підприємець, робило його сильнішим, мудрішим і винахідливішим. Він звик виживати, потім цей навик став звичкою, а наразі активувався повною мірою.

Згодом підприємці почали знаходити можливості для відновлення господарської діяльності, а саме, якщо у березні 2022 року працювало лише 40 % компаній, то через два місяці — вже 54 %, а у жовтні — 93 %. Хтось переїхав в безпечніший регіон, комусь довелося виготовляти те, чого ніколи раніше не виготовляв. Вітчизняний бізнес миттєво відреагував на потреби країни, яка в умовах війни чинить опір окупантам. Він запропонував фронту взуття для військових, бронежилети, електробайки, компактні багі, каски, зарядні станції.

Якщо звернутися до аналітики, то з початку 2023 року кожний другий ФОП в Україні відкривають жінки. Статистика свідчить, що вже зареєстровано 36892 ФОП, з них — 51 % або ж 18776 створено жінками. Частка жінок, які відкрили ФОП стрімко зросла з 2017 р. В 2020–2021 рр. підприємці відкрили близько 51 % об'єктів господарської діяльності, проте війна дещо відкинула цей показник назад. Упродовж 2022 р. жінки зареєстрували більш ніж 93 тис. ФОП, що становить 48 % від загальної кількості нових малих бізнесів. Якщо простежити сфери господарської діяльності ФОПів, зареєстрованих жінками в умовах війни, то третина їх займається роздрібною торгівлею — їх майже вдвічі більше аніж чоловіків у цій категорії. Власну справу в сфері інформаційних технологій завели 10658 підприємців, а це займає друге місце за кількістю реєстрацій, хоча становить лише 34 % від загальної кількості ФОПів по цій категорії.

Також слід відмітити, що в 2022 році жінки обійшли чоловіків у сфері надання інших індивідуальних послуг. Цю тезу підтверджує той факт, що 85 % нових справ відкрито жінками; 75 % — у сфері виробництва одягу, 74 % — у сфері соціальної допомоги; 72 % — у сфері охорони здоров'я — також охоплено жінками-підприємцями.

В той же час, щорічно кількість жінок-директорів середнього та великого бізнесу зменшується. Так, у 2021 р. лише 35 % різноманітних бізнесів очолювалися жінками. 2022 рік — рік повномасштабного вторгнення скоротив їх кількість до 29 %, а упродовж цього року було відкрито 9405 компаній під керівництвом жінок. Початок 2023 року намітив тенденцію на зростання кількості компаній, очолених жінками. Так, з початку року було відкрито 3849 бізнесів, з яких жінки очолювали 30 % нових компаній. На рисунку зображено динаміку в зміні кількості компаній, очолюваних жінками упродовж 2021 — початок 2023 рр.



Кількість жінок – директорів компаній
Джерело: складено автором за [3]

Джерела

1. *Гавриленко Н. В.* Проблеми розвитку малих підприємств на прикладі малих міст Миколаївського регіону / Матеріали 4 наук.-практ. конф., присв. 90-річчю НУК імені адмірала Макарова. Первомайськ : ППІНУК, 2010. 3 с. URL: http://eir.nuos.edu.ua/xmlui/handle/123456789/6390. (дата звернення: 18.03.2023 р.).

2. *Гавриленко Н. В.* Соціально-економічний аналіз малого бізнесу в Миколаївському регіоні // *Актуальні проблеми економіки*. Київ : ВНЗ "Національна академія управління". 2008. № 2. С. 148–156. URL: http://eir.nuos.edu.ua/xmlui/handle/123456789/6339.
3. URL: https://opendatabot.ua (дата звернення: 18.03.2023 р.).

І. М. ГАЙВАН
ПРАТ "ВНЗ "МАУП"

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ УЧАСНИКІВ БОЙОВИХ ДІЙ З ПОСТТРАВМАТИЧНИМ СТРЕСОВИМ РОЗЛАДОМ (ПТСР)

Участь у проведенні антитерористичної операції на Сході України українських військовослужбовців, які морально не готові до бойових дій, стає причиною посттравматичних стресових розладів. Слід розуміти, що війна, як і будь-яка інша діяльність, по-перше, висуває свої вимоги до особистості, й не кожна людина їм відповідає за своїми психологічними, фізичними та духовними якостями. По-друге, воєнна діяльність вимагає кваліфікованої підготовки, оскільки від неї залежить не лише професійне виконання завдань, а і власне життя військовослужбовця та товаришів по службі. Наслідки воєнно-травматичного стресу проявляються симптомами "психологічного захисту" (амнезія явна чи удавана, психічна загальмованість, уникання будь-яких спогадів або асоціацій з травмуючими подіями), "повернення" (нав'язливі спогади, страхи, розлади сну, кошмари, непереборне відчуття тривоги, втрата відчуття радості й спокою) [1].

Історичні дослідження в області посттравматичного стресу розвивалися незалежно від досліджень стресу. Незважаючи на деякі спроби навести теоретичні мости між "стресом" і "посттравматичним стресом", і до цього часу ці дві області мають мало спільного.

Центральними положеннями концепції стресу, запропонована в 1936 р. Гансом Сельє (Сельє Р., 1992), є гомеостатична модель самозбереження організму і мобілізація ресурсів для реакції на стресор. Усі агенти, що діють на організм, він поділив на специфічні (вірус грипу викликає грип) і неспецифічні стереотипні ефекти стресу, які проявляються у вигляді загального адаптаційного синдрому. Цей синдром у своєму розвитку проходить три стадії:

1) реакцію тривоги;
2) стадію резистентності;
3) стадію виснаження.

Емоційні стреси за своїм походженням, як правило, соціальні, і стійкість до них у різних людей різна [2].

Основна роль у формуванні синдрому при цьому відводиться власне травмуючій події, яка виступає в якості інтенсивного безумовного стимулу, що викликає у людини безумовно-рефлекторну стресову реакцію. Тому, згідно з цією теорією, інші події або обставини, самі по собі нейтральні, але якимось чином пов'язані з травматичним стимулом-подією, можуть послужити умовно-рефлекторними подразниками. Вони начебто "пробуджують" первинну травму і викликають відповідну емоційну реакцію (страх, гнів) по умовно-рефлекторному типу.

Симптоми ПТСР звичайно починаються протягом перших трьох місяців після травми, хоча може бути і відставлений на кілька місяців або навіть років дебют. Подальший перебіг захворювання, як правило, хронічний, хвилеподібний; погіршення стану провокуються нагадуванням про травму або повсякденними життєвими стресорами [3].

До психологічних моделей ПТСР можна віднести психодинамічні, когнітивні і психосоціальні моделі. Вони були розроблені під час аналізу основних закономірностей процесу адаптації жертв травмуючих подій до нормального життя.

Досить часто хворі ПТСР переживають вторинну травматизацію, яка виникає, як правило, в результаті негативних реакцій інших людей, медичного персоналу та працівників соціальної сфери на проблеми, з якими зіштовхуються люди, які перенесли травму. Негативні реакції проявляються в запереченні самого факту травми, зв'язку між травмою і стражданнями індивіда, звинувачення і навіть ганьбу жертв, відмову в наданні допомоги. В інших випадках вторинна травматизація може виникати в результаті гіперопіки постраждалих, навколо яких оточуючі створюють "травматичну мембрану", яка відгороджує їх від зовнішнього світу, виводячи з-під впливу стресорів у повсякденному житті [4].

У числі найбільш несприятливих наслідків ПТСР відзначаються високий рівень суїцидів, насильницькі дії у ставленні як найближчого оточення, так і незнайомих осіб, кримінальна поведінка, безробіття [5].

У психологічній літературі розгляд проблеми соціально-психологічної допомоги особам, які пережили екстремальні і кризові ситуації, має фрагментарний і недостатньо системний характер. Реабілітаційні заходи зосереджені в основному на відновленні здоров'я та працездатності, ранньому поверненні до побутових і трудових процесів, тоді як психологічним наслідкам переживання психічної травми приділено недостатньо уваги [6].

Джерела

1. *Дзержинская Н. А., Сыропятов О. Г.* Посттравматическое стрессовое расстройство. Пособие для самоподготовки (рус.). Киев: Украинская военно-медицинская академия, 2014.
2. *Евтихов О. В.* Практика психологического тренинга. СПб. : Речь, 2004. 256 с.
3. *Еремина Т. И.* Социально-психологическая адаптация граждан, принимавших участие в боевых действиях [Электронный ресурс] / Т. И. Еремина, Н. П. Крюкова, Ю. Ю. Логинова. Режим доступа : http://pmuc.ra/eis/pdf/14.pdf.

4. *Фрейд З.* Введение в психоанализ / пер. с нем. Г. В. Барышниковой. Харьков: Книжный Клуб “Клуб Семейного Досуга”; Белгород: ООО “Книжный Клуб “Клуб Семейного досуга”, 2012. 480 с.
5. Збірник методик для діагностики негативних психічних станів військовослужбовців: методичний посібник / Н. А. Агаєв, О. М. Кокун, І. А. Пішко, Н. С. Лозінська, В. В. Остапчук, В. В. Ткаченко. К.: НДЦ ГП ЗСУ, 2016. 234 с.
6. *Зливков В. Л.* Психологічна допомога учасникам бойових дій: історичний контекст і сучасність.

Науковий керівник: *Л. А. Олексієнко, канд. пед. наук, доц.*

Аліна ГАРАЖА
ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

ОРГАНІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ З КЛІЄНТАМИ, ЯКІ ПОТРЕБУЮТЬ ЕКСТРЕНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ДОПОМОГИ

На різних етапах розвитку суспільства виникають кризові ситуації, які вимагають негайного втручання держави шляхом здійснення соціальної роботи, що полягає у наданні допомоги людям, що опинилися у складних життєвих обставинах. Такою серйозною загрозою для всіх членів суспільства стала пандемія COVID-19, однак, найбільше вплив різноманітних перешкод відчули на собі люди з інвалідністю, оскільки багато з них мають супутні проблеми зі здоров’ям.

Незважаючи на те, що соціальна робота, як наука та практична діяльність, трактується з точки зору трьох підходів (як інструмент реалізації державної соціальної політики [2]; як допомога населенню у кризових або важких ситуаціях [1]; виключно як надання соціальних послуг) [3], спільною ознакою цих підходів є те, що всі вони вбачають її основне завдання в покращенні соціального самопочуття людини [1]. Соціальна робота з особами з інвалідністю є однією з найважливіших сфер з високою пріоритетністю, в основу якої покладено правові аспекти соціального захисту, функціонування державних та приватних закладів та установ, різноманітні форми, методи, технології соціальної роботи, суть та специфіка яких безпосередньо залежить від ступеня обмеження життєдіяльності. Невід’ємним елементом є соціальне обслуговування, яке включає різні види соціальних послуг, в тому числі, екстрених, спрямованих на задоволення особливих потреб даної категорії населення.

Згідно наказу Мінсоцполітики України (№ 716 від 01.07.2016) у разі виникнення кризових ситуацій певні категорії громадян можуть отримати екстрену соціальну допомогу, специфіка організації та надання якої визначається та регулюється Державним стандартом соціальної послуги кризового та

екстреного втручання [4]. Окрім того, в травні 2022 року Уряд ухвалив рішення, що уможливлює отримання людьми, що опинилися в складних життєвих обставинах необхідних соціальних послуг екстрено в умовах воєнного стану [5]. Така допомога називається екстреною, оскільки рішення щодо її надання приймаються швидко і для її отримання достатньо однієї заяви. Клієнтами можуть стати: люди похилого віку; особи, які мають інвалідність; особи без визначеного місця проживання; сім'ї, що опинились у складних життєвих обставинах. Клієнти можуть екстрено отримати такі види соціальних послуг як консультування; надання притулку; кризове втручання; підтримане проживання; соціальний супровід; натуральна допомога; переклад жестовою мовою; транспортні послуги тощо [4]. Обов'язковою умовою та підґрунтям для надання екстреної допомоги є оцінка кризової ситуації отримувача, у якості інструментів якої використовують інтерв'ю та аналіз наданих потенційним клієнтом документів. Її ключовими принципами є доступність, незалежність, захист та безпека, конфіденційність інформації. Надання даної соціальної послуги супроводжується відповідним інформаційно-методичним забезпеченням (нормативно-правовими актами, методичними та іншими матеріалами) [4].

Дослідивши позитивний світовий досвід з організації соціальної роботи в умовах пандемії COVID-19 з метою її подальшого застосування в Україні, виявлено ряд різноманітних практик регуляторного та практичного характеру, зокрема, з доступного інформування та комунікації, впровадження додаткових заходів для розширення можливостей, подолання гендерно зумовленого насильства, забезпечення належного життя та догляду, медичного обслуговування, освіти, працевлаштування тощо. З метою пом'якшення негативного впливу пандемії на найбільш вразливі групи населення в Україні впроваджено ряд різноманітних державних та громадських програм, в тому числі з екстреної соціальної допомоги.

Однак, незважаючи на ряд позитивних практик критичний аналіз поточного стану проблеми свідчить про її актуальність та демонструє нагальну потребу вдосконалити організацію соціальної роботи з клієнтами, які потребують екстреної соціальної допомоги; визначити основні кроки, які мають бути зроблені державою та іншими відповідними інститутами; надати необхідні ресурси для подальшого вивчення питання соціальної роботи спрямованої, зокрема, на забезпечення прав людей з інвалідністю в кризових ситуаціях в Україні.

Джерела

1. *Зверева І. Д., Безпалько О. В., Харченко С. Я.* Соціальна робота в Україні: навч. посіб. / за заг. ред. І. Д. Звєрєвої, Г. М. Лактіонової. К.: Центр навч. літ., 2004. 256 с.
2. *Капська А. Й.* Соціальна робота: деякі аспекти роботи з дітьми та молоддю. К., 2001. 140 с.
3. *Лукашевич М. П., Мигович І. І.* Теорія і методи соціальної роботи: навч. посіб. 2-ге вид., допов. і випр. К.: МАУП, 2003. 168 с.

4. Про затвердження Державного стандарту соціальної послуги кризового та екстреного втручання. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0990-16#Text (дата звернення: 10.11.2022).
5. Урядовий портал. URL: https://www.kmu.gov.ua/ (дата звернення: 03.11.2022).

Науковий керівник: *Г. А. Луканська, старший викладач*

Альбіна ГАРАЖА
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ОСОБЛИВОСТІ ПРОФІЛАКТИЧНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ У ЗАПОБІГАННІ ТОРГІВЛІ ЖІНКАМИ

Незважаючи на ряд суттєвих зрушень світової спільноти та Української держави у сфері протидії торгівлі людьми, зокрема, визнання її злочином міжнародним та національним законодавством, впровадження та імплементація Програми запобігання торгівлі жінками та дітьми, Комплексної програми протидії торгівлі людьми, ратифікація Конвенції ООН по боротьбі із транснаціональною організованою злочинністю та Протоколу про попередження та припинення торгівлі людьми та інших міжнародних договорів, угод, розширення міжнародного співробітництва України, створення спеціальних підрозділів в системі МВС України тощо, проблема торгівлі людьми залишається не лише актуальною, а й демонструє постійну тенденцію до стрімкого поширення. Так, за даними ООН на даний момент у світі налічується від 25 до 27 мільйонів жертв торгівлі людьми на рік, і лише 10 тисяч з них звертаються за допомогою до правоохоронних органів. За останні роки прибуток від торгівлі людьми зріс у п'ять разів і становить 150 млрд дол. на рік [1]. Окрім того, з початком російського вторгнення в Україну значно зросла кількість випадків торгівлі людьми, зокрема, сексуального рабства, залучення до порнографічної діяльності, примусового жебракування жінок та дітей, фіктивних шлюбів, торгівлі вагітними жінками. За оцінками представництва МОМ в Україні до війни у лютому 2022 р. в Україні налічувалося понад 300 тисяч жертв торгівлі людьми. У 2019–2021 рр. від торгівлі людьми потерпіли майже 46 тис. українців (29 тис. за кордоном і 17 тис. всередині України) [5].

Проблемі виявлення та дослідження причин та передумов торгівлі людьми в Україні та світі присвячено ряд наукових досліджень, зокрема, В. О. Іващенка, Н. С. Юзікової, В. А. Козака, А. М. Орлеана та Я. Г. Лизогуба, С. М. Ратушного, Т. О. Дорошка тощо. Питання профілактичної соціальної роботи у протидії торгівлі людьми та жінками зокрема досліджувалося у працях К. Б. Левченко, І. М. Трубавіної, Ю. М. Галустян, В. П. Новицької, Ж. В. Петрочко, Караман О. Л ., Ковальчук Л. Г . та ін.

Результати проведеного дослідження свідчать, що сьогодні поняття торгівлі людьми трактується у світі по-різному, зокрема, як работоргівля, борго-

ва кабала, сімейне рабство, використання у проституції чи порнобізнесі, продаж з метою незаконного усиновлення дитини, продаж ембріона чи плоду, продаж людини з метою вилучення її органів тощо. Однак, в спільним концептом усіх вищезазначених понять є продаж, тобто платна чи інша корисна форма передача однієї людини іншій. При цьому основними елементами в акті торгівлі є купівля-продаж людини, обман, насильство, боргова кабала та експлуатація різних можливостей і здібностей людини.

Відповідно до статті 3 Протоколу про попередження та припинення торгівлі людьми, зокрема жінками й дітьми, та покарання за неї, який доповнює Конвенцію ООН по боротьбі із транснаціональною організованою злочинністю, торгівля людьми визначається як здійснення з метою експлуатації вербування, перевезення, передачі, переховування або отримання людей шляхом погрози силою або її застосування чи інших форм примушування, викрадення, шахрайства, обману, зловживання владою чи вразливістю становища, або шляхом підкупу у вигляді платежів чи інших благ для отримання згоди контролюючої особи [4]. Поняття "торгівля людьми" охоплює надзвичайно широке коло соціальних явищ та проблем і її предметом може стати будь-яка особа, незалежно від віку, статі і навіть соціальної приналежності. Торгівля жінками виступає складовою частиною даної соціальної проблеми і її частка є надзвичайно великою.

Як зазначалося раніше, проблемі виявлення основних причин, чинників та передумов такого негативного соціального явища як торгівля людьми, в тому числі жінками, присвячені численні наукові дослідження різного спрямування (юридичного, психологічного, соціального, економічного тощо). Так, зокрема, Святун О. В. розмежовує:

1) зовнішні причини торгівлі людьми:

- недієва система протидії торгівлі людьми у світі, наприклад, невідповідність міжнародної нормативно-правової бази щодо запобігання торгівлі людьми та захисту потерпілих осіб реальному стану проблеми, недосконалість механізмів реалізації законів, неузгодженість міграційної політики з реаліями ринку праці тощо;
- попит на торгівлю людьми, зокрема, зумовлену зацікавленістю в низькооплачуваній робочій силі чи сексуальній експлуатації в комерційних цілях;
- наявність можливостей для торгівців людьми, наприклад, безкарність, зумовлена неможливістю встановлення справедливості потерпілими та потенційними жертвами тощо;
- наявність потенційних жертв, наприклад, бідність, безробіття, економічні кризи, природні та техногенні катастрофи в країнах походження.

2) внутрішні причини торгівлі людьми:

- економічні передумови, наприклад, економічна нестабільність, відсутність соціальної справедливості, низький рівень доходів т а життя тощо;
- соціальні передумови, наприклад, стосунки та проблеми в сім'ї, девіантна поведінка членів родини, рівень освіти тощо;

- психологічні передумови, наприклад, відсутність чи порушення емоційних контактів з близькими, несформованість системи духовних цінностей та власного образу тощо;
- інформаційні передумови, наприклад, недостатня обізнаність про ризики та наслідки, незнання власних прав та обов'язків тощо;
- правові передумови, наприклад, недосконалість системи захисту потерпілих та неналежне покарання злочинців тощо [3].

Досліджуючи політику України у сфері протидії торгівлі людьми слід відзначити її спрямування на профілактику та запобігання супутнім злочинам, що реалізується перш за все шляхом проведення роз'яснювальної та пропагандистської роботи, забезпечення реабілітації та реінтеграції жертв торгівлі людьми. При цьому фундаментальними залишаються принципи прав людини та соціальної справедливості. Встановлено, що для забезпечення ефективного здійснення соціальної роботи у сфері запобігання торгівлі людьми необхідно:

1) створити відповідні соціально-економічні та правові умови для запобігання даного явища;

2) сформувати у свідомості громадян неприйняття та осуд даного явища;

3) сформувати толерантне суспільство, яке не допускає можливості торгівлі людьми;

4) надавати вчасну і тривалу допомогу особам, що потерпіли від торгівлі людьми.

Окрім того, враховуючи основну мету та принципи здійснення соціальної профілактики торгівлі людьми, варто враховувати, що вона може бути ефективною лише за умови дотримання концепції "допомоги для самодопомоги", тобто бажання керувати власним життям самостійно, уникати подібних негативних впливів та обману у майбутньому [4].

Завдання соціальної профілактики реалізуються в наступних видах роботи [2]:

- соціальні дослідження проблеми;
- інформаційно-пропагандистська робота;
- навчання користуватися своїми правами;
- соціальна реклама послуг суб'єктів соціальної роботи;
- правова просвіта з проблем торгівлі людьми;
- допомога у виборі професії, працевлаштуванні, організації дозвілля тощо;
- сприяння розвитку молодіжних ініціатив, реалізації інтересів;
- організація волонтерського руху, роботи студентських соціальних служб тощо.

Соціальна профілактика торгівлі людьми може бути первинною, вторинною та третинною.

Мета первинної соціальної профілактики торгівлі людьми полягає у формуванні способу життя, активність, адаптивність та функціональність якого забезпечує реалізацію прав людини, задоволення її потреб та інтересів. Її методи представлені у формі інформування, переконання, навіювання, роботи в громаді тощо.

Метою вторинної соціальної профілактики є зміна дисфункціональної поведінки груп ризику на адаптивну методом вправ, висування вимог, інформування, переконання, роз'яснення тощо у формі тренінгів, циклів занять, вуличної соціальної роботи, впровадження "гарячих ліній" тощо.

Третинна соціальна профілактика носить, як правило, індивідуальний характер та має на меті як інтеграцію в суспільство осіб, які стали жертвами торгівлі людьми, так і недопущення потрапляння ними в подібні ситуації в майбутньому. Прикладами базових методів роботи в даному випадку є демонстрація перспектив, залучення до соціалізуючих видів діяльності тощо [4].

Тож, опора у сучасній профілактичній соціальній роботі з запобігання торгівлі жінками на концепцію "допомога для самодопомоги" уможливлює її індивідуальний та диференційований підхід, надання адресної підтримки та допомоги, робить можливим урахування життєвого досвіду клієнтів та їх бажань в управлінні власним життям та відповідальністю за нього, дозволяє визначити мету, завдання, зміст, форми і методи роботи в залежності від індивідуальних особливостей.

Джерела

1. Війна в Україні призвела до зростання злочинності у сфері торгівлі людьми. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3649211-vijna-v-ukraini-prizvela-do-zrostanna-zlocinnosti-u-sferi-torgivli-ludmi-gensek-obse.html (дата звернення: 10.03.2023).
2. *Пунда А. В.* Основні причини та передумови торгівлі людьми в Україні // *Державне управління: удосконалення та розвиток.* 2012. № 12. URL: http://www.dy.nayka.com.ua (дата звернення: 15.12.2022).
3. *Святун О. В.* Європейські механізми боротьби із торгівлею людьми: автореферат дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.11 "Міжнародне право". К. : Б. в., 2005. 18 с.
4. Соціальна профілактика торгівлі людьми: навч.-метод. посіб. / за ред. К. Б. Левченко, І. М. Трубавіної. К.: ТОВ "Агентство "Україна", 2007. 352 с.
5. USAID. Протидія торгівлі людьми. URL: https://www.usaid.gov/uk/ukraine/fact-sheet/dec-16-2022-trafficking-persons (дата звернення: 15.01.2023).

Науковий керівник: *Г. А. Луканська, старший викладач*

К. Г. ГАРМАШ

ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасне економічне середовище підприємства характеризується надзвичайно високим ступенем складності, динамізму та невизначеності. Здатність

адаптуватися до змін цього середовища виступає головною умовою виживання і розвитку бізнесу.

В контексті боротьби за виживання на ринку та підвищення конкурентоспроможності підприємства мають вирішуватися багато складних проблем та завдань шляхом вибору та постійного дослідження різних методів та прийомів у сфері маркетингу. Якщо розглядати їх разом, то співвідношення поняття “конкурентоспроможність” та “маркетинг” має подвійний характер. З одного боку, рівень конкурентоспроможності підприємства є інтегральним показником рівня професіоналізму та якості управління. З іншого — поведінка підприємства у конкурентному оточенні і всі процеси, пов’язані з досягненням головних маркетингових цілей, мають бути керованими.

Таким чином, в умовах жорсткої конкуренції та обмежених ресурсів одним із найбільш важливих напрямів забезпечення конкурентоспроможності компанії стає використання маркетингових можливостей для формування конкурентних переваг.

Вибір маркетингової стратегії залежить від галузевої приналежності, від характеру позиціонування підприємства на ринку, характеристик і параметрів сегменту, у якому працює підприємство.

Наприклад, для преміальних брендів навряд чи підійде спосіб зростання обсягів реалізації, оскільки це може вплинути на репутацію. А товарам масового виробництва, які мають інтенсивний канал збуту найчастіше невигідно покращувати якість продукції, тому вони вдаються до збільшення реалізації та більш потужних маркетингових комунікацій.

До інноваційних віднесемо способи, які набирають великої популярності, особливо в умовах загострення конкуренції на товарних ринках. Інноваційні способи підвищення конкурентоспроможності більше використовуються на передових підприємствах, які повинні безперервно досліджувати ринок та аналізувати не тільки прямих конкурентів у своєму ціновому сегменті, а й у галузі загалом. Впровадження нових технологій і методів активно використовує, наприклад, компанія Apple, яка особливо ефективний використовує цінову стратегію зняття вершків. Компанія побудувала свій маркетинг так, що у покупця виникає ілюзія елітарності, яка знаходиться від споживача буквально за крок [1].

Важливою складовою підтримки рівня конкурентоспроможності підприємства на основі використання маркетингових інструментів, є реалізація завдань оцінки ефективності використовуваних каналів збуту, а, також, постійний пошук нових каналів збуту. При цьому необхідно враховувати те, що канал збуту є структурою, у переважній більшості сформованою неафілійованими партнерами, які забезпечують процесі трансферу товарів і послуг споживачам або промисловим користувачам з метою їх кіневого споживання або подальшого використання. Обгрунтування вибору структури каналу збуту передбачає вирішення питання характеру ролі і зобов’язань всіх учасників процесу товароруху продукції. На сучасному етапі активного впровадження цифрових та інформаційних технологій, одним з методів, який здатен допомогти диверсифікувати канали збуту та створювати нові канали виступає

онлайн мережа. Використання різноманітних сервісів дозволяють підприємствам можливість не просто вишукувати нові канали збуту, а й управляти своїм іміджем, формувати уявлення у кінцевих споживачів про свій товар, організовувати його просування безпосередньо до споживачів [2].

Очевидно, що маркетинг надає цілий комплекс оптимальних можливостей для організації та адаптації виробничого процесу до ринкової кон'юнктури та забезпечує формування іміджу підприємства у очах наявних та потенціальних споживачів. У основі ефективних маркетингових заходів лежить регулярний та системний аналіз ринку, конкурентів та покупців, який дозволяє підприємству своєчасно коригувати товарну політику та застосовувати цінові стратегії, які враховують смаки та купівельну спроможність цільової аудиторії та забезпечують конкурентні переваги на ринку.

Таким чином, підвищення конкурентоспроможності є процесом змін, які потрібно мотивувати, стимулювати і генерувати. Ці зміни сприяють як виживанню організації в агресивному зовнішньому середовищі, так і досягненню лідируючих позицій на ринку.

Джерела

1. *Головчук Ю. О.* Маркетингова домінанта розвитку конкурентних переваг підприємства в умовах інформаційної економіки // *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки.* 2017. № 6. Т. 1. С. 69–73.
2. *Черненко О.* На шляху до пост-цифрового маркетингу в Україні: проблеми та завдання // *Маркетинг в Україні.* 2016. № 3. С. 4–11.

Науковий керівник: *В. Г. Гноєвий, канд. екон. наук, доц.*

М. В. ГЕМБАРСЬКИЙ
Л. М. МИРОШНИЧЕНКО
Державний біотехнологічний університет

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В СИСТЕМІ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ

В останнє десятиріччя стан вітчизняної галузі молочного скотарства можна охарактеризувати як кризовий, що підтверджується даними про стрімке скорочення поголів'я молочного стада ВРХ, скорочення обсягів споживання молока і молочних продуктів населенням країни, зниження рівня конкурентоспроможності вітчизняних молочнотоварних ферм. Така ситуація ще в довоєнний період характеризувала певну продовольчу небезпеку для країни.

Поряд зі скороченням обсягів постає проблема якості молочної сировини. Нарощування обсягів якісного молока потребує розробки та впровадження заходів, спрямованих на підвищення продуктивності молочних корів, зни-

ження собівартості продукції, встановлення ціни на молоко, адекватної його якісним характеристикам, та підвищення рентабельності передусім молочної сировини.

Управління якістю в системі підприємств молочної галузі слід розглядати як цілеспрямований скоординований процес встановлення, забезпечення і підтримки необхідного рівня якості вироблюваної продукції з метою задоволення потреб споживачів. Система управління якістю, являючись сукупністю взаємопов'язаних складових системи якості, що справляють взаємний вплив та взаємодіють за допомогою матеріально-технічних та інформаційних засобів, є процесом досягнення цілей діяльності підприємства щодо якості продукції (чи процесу). Такими складовими є цілі, функції, організаційні структури управління, методи управління тощо, і саме їх взаємодією забезпечується той чи інший рівень якості виробництва молочної продукції.

Впровадження системи управління якістю на конкретному підприємстві вимагає попередньої роботи з визначення потреб і очікувань споживачів чи замовників; визначення політики та цілей у сфері якості; визначення та налагодження постачання ресурсів, необхідних для досягнення таких цілей; визначення та застосування системи методів для обчислення результативності та ефективності кожного процесу з метою їх подальшого використання; визначення інструментів, які б дозволяли запобігати невідповідностям і усувати причини цього; забезпечення безперервного процесу поліпшення системи управління якістю [1].

Система управління якістю має реалізовуватись на всіх етапах життєвого циклу продукції, охоплюючи маркетингові дослідження; розробку нових видів продукції; виробництво продукції та контроль їх якості; збут продукції.

Практичного застосування у світі набула система управління якістю за стандартами ISO 9000. International Organization Standartization (ISO). На сьогодні це група стандартів системи якості, кожен з яких описує серію заходів щодо реалізації етапів виробничого процесу, дотримання яких має забезпечити підтримку та поліпшення якості на довгостроковий період [2].

Євроінтеграційні процеси актуалізують питання впровадження та ефективної реалізації системи управління якістю на виробничих підприємствах. Конкурентоспроможність українських виробників на міжнародних ринках залежить не тільки від знання вимог до якості та безпечності сировини та готової продукції, але й від усвідомлення необхідності їх застосування у власній практичній діяльності. Успішна інтеграція в європейські та інші ринки вимагає впровадження інноваційних технологій, здатних забезпечити виробництво безпечної та якісної продукції, здатної відповідати вимогам найвибагливіших споживачів. В Україні контроль за дотриманням стандартів якості продукції, що виробляється чи імпортується, покладено на Державний комітет України з питань стандартизації, метрології та сертифікації.

Структурним підрозділом Держкомсандарту є Національний інформаційний центр зі стандартизації та сертифікації Міжнародної інформаційної мережі ISONET, що входить до складу Національного автоматизованого інформаційного фонду стандартів, що в своїй діяльності використовує нор-

мативні документі із стандартизації та сертифікації, автоматизовані бази і банки даних як нормативних документів, що набули чинності, так і проектів [Дубовик, с. 184].

Джерела

1. *Бичківський Р. В., Столярчук П. П., Сопільник Л. І., Колинський О. О.* Управління якістю. Сертифікація: навч. посібник. К. : Вища школа, 2005. 432 с.
2. *Матвєєв В. В., Поперечний Б. М.* Суть, зміст та основні принципи систем управління якістю продукції в молочній галузі. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?op=1&z=3694.
3. *Дубовик С. Г., Колеганова А.* TQM як сучасний метод управління якістю продукції на молокопереробних підприємствах // *European Journal of economics and management.* 2019. Vol. 5, I. 1. C. 183–191.

Науковий керівник: *О. В. Смігунова, канд. екон. наук, доц.*

В. М. ГЕРАСИМЕНКО

здобувач другого рівня вищої освіти,
Міжрегіональна Академія управління персоналом

ПАРЛАМЕНТСЬКІ ВИБОРИ ТА ЇХ СПЕЦИФІКА В РІЗНИХ КРАЇНАХ

Змішані виборчі системи на виборах до нижніх палат і однопалатних парламентів сьогодні використовуються тільки в Німеччині, Угорщині та Литві. При цьому системи формування німецького Бундестагу та угорського парламенту більше наближаються до пропорційних систем, оскільки перемога партії в одномандатних округах і нестача голосів у багатомандатних взаємно зрівноважуються, і кількість мандатів, які отримує партія, наближається до результату, який би вона отримала у випадку проведення виборів за пропорційною виборчою системою з преференційним голосуванням.

Іншими словами, у Німеччині і Угорщині на виборах фактично застосовується пропорційна виборча система. З 1993 по 2005 рік змішана система формування нижньої палати використовувалась також в Італії, однак, оскільки вона не сприяла досягненню цілей, поставлених перед виборчою реформою у 1993 році, у 2005 році парламент Італії повернувся до пропорційної системи виборів, за якою і були проведені вибори до обох палат парламенту у квітні 2006 року. Всі пропорційні виборчі системи, які застосовуються у 18 країнах ЄС, можна класифікувати за декількома критеріями: 1) за величиною виборчих округів — у більшості країн ЄС депутати парламенту (нижніх палат) обираються в кількох багатомандатних виборчих округах, і лише у Словаччині та Нідерландах вибори проводяться у загальнодержавному ба-

гатомандатному окрузі; 2) за ступенем "персоніфікованості" пропорційної системи — а) на пропорційні виборчі системи з преференційним голосуванням — розподіл мандатів між кандидатами від партій здійснюється не в порядку черговості, визначеної списком, а залежно від того, скільки голосів на свою підтримку отримав кожний кандидат від партії (Бельгія, Греція, Естонія, Латвія, Люксембург, Кіпр, Нідерланди, Польща, Словенія, Фінляндія, Швеція); б) на пропорційні системи, за яких партії самі визначають, чи варто надавати виборцям право визначати порядок проходження кандидатів (ця система виборів застосовується лише у Данії, її особливості описано в Таблиці 1); в) на пропорційні виборчі системи з голосуванням переважно за закриті списки — надані виборцями преференції окремим кандидатам можуть змінити визначений порядок проходження кандидатів лише у випадку, якщо рівень підтримки кандидата є досить високим — 10 % голосів за партію (Словаччина і Чехія); г) на пропорційні виборчі системи з голосуванням за закриті списки; виборці не впливають на визначений партійним списком порядок проходження кандидатів до парламенту або палати (Австрія, Іспанія, Італія, Португалія); 3) за рівнем (стадіями) розподілу мандатів між партіями: а) на пропорційні системи з розподілом мандатів безпосередньо в округах, в яких проводились вибори (Бельгія, Естонія, Іспанія, Італія, Кіпр, Люксембург, Нідерланди, Польща, Португалія, Словаччина, Фінляндія, Чехія); б) на пропорційні системи з розподілом нерозподілених мандатів (у тому числі "компенсаційних", "вирівнювальних" мандатів, які компенсують диспропорційність системи у невеликих округах) на вищому — регіональному та/або загальнодержавному — рівні (Австрія, Греція, Данія, Словенія, Швеція.

Отже, у умовах сучасних демократій вибори можна визнати стрижневим механізмом, основною формою прояву суверенітету та політичної волі народу. Вибори представляють в органах влади інтереси різних суспільних груп, а для громадян є однією з форм їх реальної участі в політиці.

Джерела

1. *Климкова І. І., Остапенко М. А.* Вибори і виборчі системи : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. . К.: ДП "Вид. дім "Персонал", 2011. 160 с.
2. Міжнародна політика. *Вибори-2022*. URL: https://zn.ua/ukr/international.

Науковий керівник: *Г. О. Кузьменко, д-р філософії в галузі публічного управління та адміністрування*

В. Г. ГНОЄВИЙ
канд. екон. наук, доц.,
Придніпровський інститут ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

ВИКОРИСТАННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ПРИ ПРОВЕДЕННІ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Бурхливий розвиток інтернет-технологій відкриває нові горизонти і надає нові можливості та інструменти фахівцям з маркетингу, зокрема у вирішенні завдань організації і проведення маркетингових досліджень. Активізація розробок штучного інтелекту у останній час стала потужним драйвером у цьому сегменті маркетингової діяльності.

Одним із перших прикладів подібним розробок став такий інструмент як ChatGPT. Він надає можливість оптимізації процесу дослідження ринку, систематизації та аналізу значних обсягів аналітичних даних та забезпечує підґрунтя для аналізу аудиторії потенційних споживачів з метою розробки маркетингових стратегій.

Однією з головних переваг використання цього інструменту у маркетингових цілях є його здатність оптимізувати існуючі процеси. Мова йде про здатність ChatGPT систематизувати та аналізувати значні обсягів даних, що дає можливість фахівцям заощадити багато часу та енергії при вивченні споживчих потреб аудиторії та моделюванні її реакції при здійсненні певних маркетингових заходів [1].

Відзначимо здатність ChatGPT формулювати ідеї та пропозиції, що дозволяє спростити та прискорити процеси прийняття рішень на початкових етапах дослідження ринку, коли визначаються потенційні потреби цільової аудиторії та можливості їх задоволення, а також кількісні і якісні параметри ринкового сегменту компанії.

Важливо розуміти, що ChatGPT не є заміною присутності фахівця-маркетолога при розробці і вирішенні маркетингових завдань і не є якоюсь «чарівною паличкою». Це інструмент, який здатний допомогти маркетологам у прийнятті більш обґрунтованих рішень шляхом знаходження оптимального балансу між людською творчістю та технологією, яка діє на підставі аналізу великого масиву даних. Його використання є найбільш ефективним саме у поєднанні з креативністю та практичним досвідом фахівця і повинно здійснюватись під повним його контролем. Крім того, для отримання більш цілісного і глибокого розуміння потреб цільової аудиторії та прийняття обґрунтованих рішень його використання повинно бути обов’язково поєднано з іншими інструментами та методами. Маркетолог повинен використовувати ідеї та гіпотези, запропоновані штучним інтелектом, у якості певної точки опори при подальшому дослідженні та аналізу ринку і ні у якому разі не як остаточне рішення [1].

Для ефективної інтеграції інструментів штучного інтелекту у практичну роботу фахівця-маркетолога, необхідно розуміти конкретні завдання, які ChatGPT здатний найбільш ефективно вирішувати, і зосередитися на саме них. До речі, це є однією з найбільших проблем використання цього інструменту, яка полягає в тому, що він не завжди з першої спроби надає найбільш корисні результати. Це означає, що до застосування ChatGPT потрібно підходити з почуттям експерименту та бути готовим "шліфувати" майстерність формулювання запитів для того. Також, важливим є використання спеціальних підказок для спрямування вихідних даних, які генерує ChatGPT, що передбачає певну роботу, пов'язану з тестуванням та вдосконаленням навиків "спілкування" із штучним інтелектом з метою забезпечення найкращих результатів [2].

При цьому було б помилкою вважати, що активне запровадження інструментів штучного інтелекту стане причиною втрати фахівцями-маркетологами своїх робочих місць. Навпаки, це дозволить їм вивільнити час від обробки великих масивів даних або інших монотонних та трудомістких завдань для вирішення більш творчих задач. Використання інструментів штучного інтелекту стимулюватиме маркетологів до нестандартного мислення та створення унікальних інноваційних рішень, на які вони були нездатні раніше.

Отже, інструменти штучного інтелекту, такі як ChatGPT, у поєднанні з досвідом і креативністю людини надають принципово нові можливості і навички при вирішенні професійних завдань. Використання цих дійсно революційних інструментів здатне принципово змінити характер роботи маркетологів щодо дослідження ринків, а, також, розширить їх можливості та додасть наснаги у досягненні цілей професійного зростання.

Джерела

1. The future of market research is here: Introducing ChatGPT. URL: https://resources.audiense.com/blog/the-future-of-market-research-is-here-introducing-chatgpt
2. *Bowman R., Boyle D.* PROMPT: A Practical Guide to Brand Development with ChatGPT. URL: https://resources.audiense.com/

Л. В. ГОЛОВАЩЕНКО

ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ВПЛИВ КОУЧИНГУ НА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ У БІЗНЕСІ

В сучасних умовах, коли рівень стресу перевищує допустимі норми, дуже важливо особливу увагу звертати на ментальне здоров'я. Для підтримки себе у стабільному стані можна проходити особисту терапію, а внутрішні ресурси

для досягнення цілей знаходити в коуч-сесіях. Перебуваючи у стабільному психологічному стані, людина буде більш ефективною в усіх сферах життя.

У коучингу фокус уваги зосереджується на роботі з теперішнім і майбутнім. Співпраця клієнта з коучем націлена на зміни мислення людини, які допоможуть більш ефективно досягати особистих та професійних цілей.

Міжнародна федерація коучингу **(International Coaching Federation, ICF)** визначає коучинг як партнерство з клієнтами в творчому процесі, який спонукає до роздумів і надихає їх максимально реалізувати свій особистий і професійний потенціал.[1]

В Україні існує відділення ICF Ukraine Chapter, яке об'єднує коучів та сприяє їх професійному зростанню і розвитку коучингу в сучасних умовах. Відділення відкрите до співпраці і запрошує до створення партнерських проєктів або спільних подій.

Розрізняють індивідуальний та корпоративний коучинг.

Індивідуальний коучинг передбачає співпрацю коуча з клієнтом. Клієнт сам визначає тему, над якою працює. Це можуть бути як особисті відносини, так і реалізація в професії.

Особливість корпоративного коучингу полягає в тому, що робота з мисленням проходить у рамках поставленої цілі замовником. Тобто з'являється третя сторона у відносинах коуч-клієнт. Послуги коуча оплачує організація, у якій працює клієнт. Також при такому виді взаємодії замовник отримує короткі звіти або протоколи з підведенням результатів роботи з клієнтом.

Корпоративний коучинг — це процес розвитку та зміцнення компетенцій співробітників організації через використання індивідуального чи групового коучингу.

Основними задачами корпоративного коучингу можуть бути:

- Підвищення мотивації працівників;
- Збільшення ефективності для рішення поставлених задач;
- Адаптація нових працівників;
- Зменшення плинності кадрів через збереження зацікавленості у наявній роботі.

Також коучинг ефективно працює з розвитком навичок:

- Розвиток лідерських навичок: удосконалення керівництва, управління людськими ресурсами, розвиток емоційного інтелекту та здібності до прийняття рішень;
- Розвиток комунікаційних навичок: поліпшення комунікації, як внутрішньої, так і зовнішньої;
- Розвиток навичок роботи в команді: поліпшення співпраці, розвиток лідерських навичок та співпраці, поліпшення міжособистісних відносин;
- Розвиток професійних навичок: підвищення ефективності роботи, розвиток знань та навичок у конкретному напрямку.

Корпоративний коучинг підійде компаніям та організаціям, у яких є запит на пошук нових нестандартних рішень, а також тим, хто звик вирішувати проблеми замість того, щоб їх замовчувати.

Таким чином, корпоративний коучинг — це напрямок, який ще тільки розвивається в Україні. Використовуючи такий підхід, можна досягти нових рівнів у розвитку бізнесу.

Джерела

1. Українське відділення ICF. URL: https://www.icf-ukraine.org/icf-global (дата звернення: 19.03.2023).
2. *Вітмор Д*. Ефективний коучинг // *Принципи і практика*. Київ: КМ-БУКС, 2019. 336 с.

Науковий керівник: *Н. В. Задорожна, ст. викладач*

А. В. ГОНЧАРУК

М. В. СІДНЕНКО

Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ВПЛИВ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ

Кадрова політика впливає на вирішення найважливіших виробничо-технічних завдань підприємств і економіки країни загалом.

Кадровий склад організації прямо впливає на ефективність її роботи, тобто підвищення ефективності підприємства залежить від наявності компетентних і працездатних працівників, які зацікавлені у виконанні своїх обов'язків, передбачених посадовими інструкціями. У свою чергу виникає потреба в ефективному управлінні кадрами, яке полягає у створенні системи реального обліку та аналізу кадрів для здійснення відстеження змін кадрового складу, прогнозування та оцінки потреб, яке дозволить реалізувати ефективну кадрову політику. Розробці кадрової політики передує аналіз факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, вибір стратегії розвитку та стратегії управління персоналом:

- STEP аналіз — аналіз впливу зовнішнього середовища на управління персоналом;
- SWOT матриця — аналіз внутрішніх сильних та слабких сторін організації в галузі управління персоналом, можливості та загрози для застосування даних аналізу при розробці персонал-стратегії;
- Оцінка економічних показників.

Кількісний та якісний аналіз трудових ресурсів, гнучкість кадрової політики, плинність персоналу та мотивованість до високопродуктивної праці є основними факторами підвищення ефективності кадрової політики [1].

Недоліки у кадровій політиці призводять до відповідних негативних наслідків. З огляду на це найчастіше вимальовуються такі проблеми системі управління людськими ресурсами [2], як:

- спад ефективності командної роботи через страх втрати робочого місця за умов розвитку конкуренції у створенні;
- зростання стресу в умовах організаційної оптимізації;
- зниження мотивації до персонального розвитку кадрів та ін.

Виходячи з сказаного, проблеми можна згрупувати за напрямами:

- планування персоналу;
- раціональна організація кадрів;
- мотивація/управління працівниками;
- контроль персоналу.

Наявність наведених проблем веде до дестабілізації соціально-психологічного клімату, погіршення показників трудової діяльності та дисципліни, тобто розвиток людських ресурсів є основним напрямом під час грамотної кадрової політики за наявності різних підходів до її формування.

Існує оптимальне розуміння кадрової політики як структурного маневру — у цьому разі керівництво вирішує виникаючі короткострокові оперативні робочі завдання, наприклад, з праці співробітників. Варто зазначити, що у повсякденній діяльності соціальні механізми взаємодії працівників рідко враховуються. Через це створюються різні системні проблеми в несподіваних місцях, які призводять до нестійкості системи підприємства, складності їх прогнозування та виділення чіткої внутрішньої логіки кадрової політики, коли праця конкретного працівника була б соціально значущою, і підприємство було системою із соціальними взаємодіями працівників. При цьому вразливість кадрової політики та проблеми управління підкреслюють важливість здатності системи управління підприємством виявляти суперечності, осмислювати їх, знаходити ефективні механізми їх вирішення.

Також важливо враховувати, що ядром будь-якої кадрової політики є філософія системи управління людськими ресурсами, яка визначається цінностями, нормами та відносинами у компанії.

Можна стверджувати: якщо кадрова політика у компанії орієнтована на:

1. споживання, ці компанії стабільно функціонують без особливих перепадів у своєму розвитку. При цьому показовим є те, що є плинність кадрів, інертність та старіння персоналу, що є неефективним у момент соціально-економічного спаду.

2. цільове використання, то у цих компаніях відзначається прогресивність, а трудові норми формуються відповідно до цілей підприємства. На тлі цього існують такі явища, як headhunting, обмеженість розвитку та конкурентна напруженість.

3. інвестування в персонал, то при такому підході в організації присутні високий рівень мобільності та стресостійкості, лояльність персоналу та готовність до змін “на благо” організації. В умовах соціально-економічної кризи при взаємному інвестуванні одна в одну компанія буде збережена і продовжить свій розвиток, оскільки організація є зрілою.

Отже, створення ефективної кадрової політики — це ключове завдання управління сучасним підприємством будь-якої галузі, оскільки вона забезпечує рішення безлічі соціально-економічних проблем підприємства.

Джерела

1. *Мартиненко В. П., Руденко Н. В.* Кадрова політика, як інструмент управління кадровим потенціалом // *Ефективна економіка*. 2014. № 4. Режим доступу до журналу: http:www.economy.nayka.com.ua.
2. *Сланченко Л. І., Рибальська М. А.* Кадрова політика в організаціях сфери послуг в сучасних умовах // *Економіка стійкого розвитку*. 2016. № 3 (27). С. 352–356.

Ю. О. ГОРБАТЮК

Вінницький торгово-економічний інститут
Київського національного торгово-економічного університету

ПРИЧИНИ ПОПУЛЯРНОСТІ ОЗДОРОВЧИХ КУРОРТІВ СЕРЕД ТУРИСТІВ

Оздоровчі курорти вважаються одним з найбільш популярних видів туризму у світі. Ці курорти забезпечують туристам можливість відпочити, відновити своє здоров'я та насолодитися природними красотами. У цій доповіді розглянемо основні причини популярності оздоровчих курортів серед туристів [3].

Першою причиною популярності оздоровчих курортів є їх лікувальна та відновлювальна потужність. Багато оздоровчих курортів пропонують різноманітні процедури та лікування, такі як масаж, гідротерапія, купання в мінеральних водах та інші. Ці процедури допомагають зменшити стрес, покращити сон, зняти біль та зменшити запалення [1].

Другою причиною популярності оздоровчих курортів є природні красоти та розташування. Більшість оздоровчих курортів знаходяться в природних місцевостях, таких як гірські ланцюги, ліси, береги морів та озер. Такі місця забезпечують туристам можливість побачити природу в її найкращому вигляді та насолодитися свіжим повітрям.

Третьою причиною популярності оздоровчих курортів є можливість відпочинку та відмінне обслуговування. Багато оздоровчих курортів пропонують повний комплекс послуг, включаючи готельне проживання, харчування, розваги та інші види дозвілля. Ці курорти забезпечують високий рівень обслуговування та комфорту, що робить їх дуже привабливими для туристів [5].

Четвертою причиною популярності оздоровчих курортів є можливість побачити нові місця та познайомитися з новою культурою. Багато оздоро-

вчих курортів знаходяться в інших країнах або регіонах, що дає туристам можливість дізнатися більше про місцеву культуру, традиції та звичаї.

П'ятою причиною популярності оздоровчих курортів є наявність медичного персоналу та медичної інфраструктури. Багато оздоровчих курортів мають власні медичні центри та клініки, де працюють досвідчені лікарі та медичний персонал. Це дозволяє туристам отримати якісну медичну допомогу та консультації щодо здоров'я, а також взяти участь в різноманітних лікувальних програмах [4].

Шостою причиною популярності оздоровчих курортів є можливість здійснювати спортивні тренування та вправи. Багато оздоровчих курортів пропонують різноманітні спортивні програми, які допомагають туристам зберігати своє здоров'я та форму [2].

Сьомою причиною популярності оздоровчих курортів є надання послуг SPA та відпочинку. Багато оздоровчих курортів пропонують спеціальні SPA-програми, які допомагають туристам відпочити та розслабитися, покращити своє самопочуття та здоров'я. До таких програм можуть входити масажі, гідротерапія, сауни та інші види процедур.

Восьмою причиною популярності оздоровчих курортів є можливість проведення різноманітних конференцій та семінарів. Багато оздоровчих курортів мають власні конференц-центри, де можна проводити бізнес-зустрічі, семінари та тренінги. Такі місця зазвичай знаходяться в приємному зеленому середовищі, що допомагає підвищити ефективність навчання та сприяє здоровому способу життя.

В кінці підсумовуючи, можна сказати, що популярність оздоровчих курортів серед туристів пояснюється багатьма чинниками, включаючи природні умови, кліматичні та географічні особливості, наявність медичного персоналу та інфраструктури, спеціальних дієтичних програм та кулінарних варіантів, спортивних та SPA-програм, а також можливість проведення різноманітних конференцій та семінарів. Тому, оздоровчі курорти є прекрасним місцем для відпочинку, релаксації, покращення здоров'я та підвищення ефективності навчання та роботи.

Джерела

1. Сайт Всесвітньої організації туризму [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.unwto.org.
2. Національне агентство з розвитку туризму України [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.ukraine.travel.
3. Міжнародний журнал “Tourism Management” [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.journals.elsevier.com/tourism-management.
4. Сайт Міжнародної асоціації туристичних операторів [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.iato.in.
5. Організація з економічного співробітництва та розвитку [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.oecd.org.

Науковий керівник: *К. Г. Антонюк, асистент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи*

Є. О. ГОРБУНОВА
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

АНГЛІЦИЗМ ТА СУЧАСНИЙ УКРАЇНСЬКИЙ СЛЕНГ

У сучасній українській мові можна почути дедалі більше англійських слів і виразів, які використовуються в різних сферах життя: у ЗМІ, у бізнесі, у наукових дослідженнях і в спілкуванні з молодою аудиторією. Це явище є результатом культурного впливу та глобалізації, а також може бути відображенням мовної моди та мовних інновацій. Нині англійська мова є міжнародним засобом спілкування. Це мова провідних засобів комунікації найбільших радіо- і телестанцій, інтернету, популярних газет і журналів, тому не можна ігнорувати її вплив на інші національні мови, особливо — на молодіжний сленг, адже молодіжний сленг — це окремий пласт національної мови, який тією чи іншою мірою відображає рівень культури освіченості та розвитку суспільства [1, с. 49].

Англіцизми — це слова, вислови та інші мовні одиниці, запозичені з англійської мови та використовувані в інших мовах. Це можуть бути як повні слова, так і окремі словосполучення, абревіатури, терміни та фрази, які не мають точного еквіваленту в інших мовах. В українській мові англіцизми почали використовуватися ще у XIX столітті, а з поширенням масової культури та глобалізації світу їх вживання значно збільшилось. До прикладів англіцизмів в українській мові можна віднести слова "маркетинг", "менеджмент", "тренд", "стартап" та ін. Англіцизми стали не тільки складовою частиною мовлення молодіжної аудиторії, але й увійшли в професійний мовленнєвий рівень, де вони використовуються в бізнесі, медіа, наукових дослідженнях та інших галузях життя.

Запозичення слів — це один з ефективних способів розширення словникового запасу української мови та важливе джерело формування молодіжного сленгу. Нині у молоді існує мода на використання запозичених слів, що зумовлена стереотипами та ідеалами, характерними для даної соціальної групи. Молодіжна мовна культура швидко реагує на появу нових мовних тенденцій у суспільстві. Молодіжний сленг в Україні — це неофіційна частина мови, що складається з лексичних одиниць і фраз, які не належать до літературної мови і використовуються для неформального спілкування серед молоді. Він слугує способом відображення реальності та вираження ставлення до неї з боку молоді [2, с. 11].

Дуже часто запозичення з англійської мови мігрують у сучасний молодіжний сленг і стають його невід'ємною частиною. Найчастіше такі слова, словосполучення або абревіатури приходять до нас зі ЗМІ, мемів і, як не дивно, з відеоігор включно. Це пов'язано з тим, що більшість популярних і останніх інновацій в іграх створюються для англомовної аудиторії, оскільки англій-

ська мова вважається міжнародним засобом комунікації. У той час, коли альтернатив не було, а інтерес до відеоігор вже існував, юним геймерам доводилося пристосовуватися. І з цієї сфери ми отримали безліч слів, які зараз виходять за рамки ігрового сленгу. Наприклад, такі слова, як крінж, юзати, ачівка, імба, перекочували до нас із геймерського сленгу, а деяким вдалося закріпитися в нашій повсякденній мові.

Давайте розглянемо кілька прикладів запозичених з англійської мови слів, які зараз активно використовують в українському слензі:

АГРИТИ (від англійського "*agression*" — агресія) — дратувати, викликати агресію. Спочатку в іграх це означало необхідність відволікати своїх супротивників і приймати їхні удари, щоб дати союзникам можливість атакувати.

ГО (від англ. "*go*" — йти) — підемо, давай. В англійській мові дієслово go звучить як гоу. Але з часом його скоротили до "го". Цей англіцизм використовують, коли хочуть покликати когось кудись.

ДОНЕЙШН / ДОНАТО (від англ. "*donate*" — жертвувати, дарувати) — пожертва, матеріальна допомога.

ІЗІ (від англ. *easy* — просто, легко — означає простоту і легкість).

МЕМАС — синонім словосполучення інтернет-мем — зображення, явище, відео або текст, що поширюються в Інтернеті. Зазвичай він набирає популярності за короткий проміжок часу, а потім швидко її втрачає.

РОФЛИТИ — розсміятися в голос або пожартувати над кимось. Слово походить від англійської абревіатури *ROFL — rolling on the floor* — буквально "кататися по підлозі від сміху".

СВАЙПАТИ (від англ. "*swipe*" — ковзати, утримувати, не відриваючи) — провести пальцем по екрану. Слово "свайп" з'явилося з появою сенсорних екранів. Під жестом розуміють, коли користувач смартфона або планшета кладе палець на екран і, не відриваючи його, ковзає ним у потрібному напрямку.

ТРЕШ (від англ. "*trash*" — сміття) — щось дуже негативне, огидне. Крайній рівень жаху.

ХЕЙТ — цькування, приниження когось (поширене в інтернеті). Слово походить від англійського "*to hate*" — ненавидіти.

ЧИЛЛИТИ (від англ. "*to chill*" — остудити) — відпочивати, нічого не роблячи. Означає "розслабитися, витрачати час". Іноді використовується в значенні "відриватися".

ШЕЙМИТИ ("*to shame*" — соромити, ганьбити) — критикувати, засуджувати поведінку, зазвичай в Інтернеті.

ЮЗАТИ (від англ. "*to use*" — використовувати) — користуватися. Дієслово не нове, воно використовується з початку 2000-х. Здебільшого його використовують, коли говорять про використання різних гаджетів.

КРИНЖ (від англ. "*cringe*" — гримаса відрази) — те, що викликає почуття сорому та відрази. Щось, що змушує людину корчитися і смикатися. Кринж також викликає почуття сорому за побачене, огиду, і в цьому сенсі воно є синонімом ідіоми "іспанський сором", що означає сором за дії інших [3].

Таким чином, будь-яка мова — це насамперед спосіб передавання інформації, а бажання і здатність розширювати межі розуміння різних культур і

навіть запозичувати окремі феномени — це не більше, ніж пізнання світу і самого себе. Отже, достатньо дотримуватися балансу, щоб розвиватися, а не втрачати власну ідентичність.

Джерела

1. Лінгвістичні студії. Linguistic Studies: зб. наук. праць / Донецький національний університет імені Василя Стуса; гол. ред. Ж. Краснобаєва-Чорна. Вінниця: ДонНУ ім. Василя Стуса, 2020. Вип. 40: У 2-х т. Т. 2. 182 с.
2. *Грабовий П. М.* Когнітивні параметри українського молодіжного сленгу : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т філол. Київ, 2010. 18 с
3. *Корольчук Марина.* Як зрозуміти підлітка: словник молодіжного сленгу. URL: https://learning.ua/blog/202004/yak-zrozumity-pidlitka-slovnyk-molodizhnoho-slenhu/

Науковий керівник: *Л. А. Олексієнко, канд. пед. наук*

І. О. ГОРДЄЄВА

канд. техн. наук, доц.,
доцент кафедри “Інтелектуальної власності та управління проектами”,
Український державний університет науки і технологій, м. Дніпро

СПЕЦИФІЧНІ ПРОБЛЕМИ ІЗ НАБУТТЯ ТА ОХОРОНИ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ

Із запровадженням воєнного стану в Україні виникла низка специфічних проблем із набуттям та охороною прав інтелектуальної власності (ІВ). З одного боку, війна спричиняє порушення прав ІВ через несанкціоноване використання технологій та інновацій військовими противниками. З іншого боку, війна впливає на спроможність держави забезпечувати захист ІВ своїх громадян та підприємств через перенапруження ресурсів і обмеження у доступі до належних правових процедур.

З початком повномасштабного вторгнення Російської Федерації на територію України, Уряд держави дійсно оперативно запровадив законодавчі та нормативно-правові акти, спрямовані на захист прав правовласників охоронних документів на об’єкти права ІВ [1]. Також урядом вжито додаткові заходи, спрямовані на забезпечення, конфіденційність та захист від використання технологій та інновацій військовими противниками. До таких заходів можна віднести: Закон України № 2174-IX “Про захист інтересів осіб у сфері інтелектуальної власності під час дії воєнного стану, введеного у зв’язку із збройною агресією Російської Федерації проти України” від 01.04.2022 р. [1],

обмеження доступу до науково-технічної інформації, контроль за експортом стратегічних товарів, а також посилення контролю за захистом прав ІВ.

Запровадження військового стану викликало і ряд специфічних проблем, пов'язаних з набуттям та охороною прав ІВ, таких як:

1. Правові колізії, які унеможливлюють захист прав на деякі об'єкти прав інтелектуальної власності. З одного боку, Закон України № 2174-IX сприяє підвищенню захисту прав ІВ і держава вжила належних заходів для забезпечення конфіденційності та захисту своїх інноваційних технологій. З іншого, мілітарний вплив обмежує права на доступ до науково-технічної інформації та вільного обміну знаннями, а отже гальмує розвиток науки та технологій.

У правовій колізії Закону України № 2174-IX опинилися заявники на отримання свідоцтв на знаки для товарів і послуг. Так, внаслідок зупинення строків для подання заперечення проти заявки на знак для товарів і послуг жоден із заявників, відомості про заявку якого оприлюднено менше ніж за 3 місяця до оголошення військового стану не зможе отримати свідоцтво на знак для товарів і послуг, про що на офіційному інтернет-представництві Президента України було подано електрону петицію № 22/175404-еп [2]. А це, як стверджує ініціатор петиції, більше ніж 13000 заявок поданих лише за 10 місяців 2022 року [2]. Внаслідок неможливості отримання свідоцтва про реєстрацію знака для товарів і послуг, добросовісні заявники, у разі порушення їх прав, позбавлені можливості забороняти іншим особам використовувати знак та захищати свої права в судовому порядку.

2. Порушення законодавства в наслідок непередбачуваних обставин, які призводять до порушень законодавства з ІВ, зокрема, щодо використання чужої інтелектуальної власності без дозволу.

3. Руйнування інфраструктури (науково-дослідних інститутів, лабораторій та науково-виробничих підприємств) спричиняє втрату або пошкодження важливих документів, обладнання та інформації.

4. Крадіжки, розголошення, викрадення конфіденційної інформації, підробка або представлення недостовірної інформації призводить до порушення прав ІВ та ускладнює її захист. Підприємства на окупованих та територіях активних бойових дій, вимушені залишати свої активи без нагляду. Відсутність контролю на цих територіях унеможливлює та/або ускладнює контроль за захистом прав ІВ.

5. Зменшення інвестицій в науково-дослідну та інноваційну діяльність знижує кількість нових інновацій та розробок.

Існують і інші специфічні проблеми, пов'язані із набуттям та охороною прав ІВ до яких можна віднести обмеження міжнародного співробітництва, евакуацією значного обсягу кваліфікованих кадрів, заборону експорту товарів та технологій, які містять ІВ. Ці та інші специфічні проблеми потребують подальшої ідентифікації та дослідження.

Джерела

1. Закон України "Про захист інтересів осіб у сфері інтелектуальної власності під час дії воєнного стану, введеного у зв'язку із збройною агресією Російської Фе-

дерації проти України” від 01.04.2022 № 2174-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2174-20#Text (дата звернення 17.03.2023).
2. *Голубцов В. А.* Внесення змін до ЗУ № 2174-IX “Про захист інтересів осіб у сфері інтелектуальної власності під час дії воєнного стану, введеного у зв’язку із збройною агресією Російської Федерації проти України” в частині зупинення перебігу строків для вчинення дій, зокрема: зупинення строків подання заперечення проти заявки на знак для товарів і послуг: електрона петиція №22/175404-еп від 06.01.2023 / *Офіційне інтернет-представництво Президента України.* URL: https://petition.president.gov.ua/petition/175404 (дата звернення 17.03.2023).

Н. С. ГОРДІЄНКО
ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ ВИРОБНИЧОГО ПЛАНУВАННЯ

У функціональній структурі внутрішньофірмового планування виробниче планування є провідним розділом, що визначає всі основні натурально-вартісні показники підприємства. На його основі здійснюється формування планових показників за іншими розділами плану підприємства. Ефективність планування великою мірою залежить з його теоретико-методологического забезпечення [3, с.153].

У першу чергу, при розгляді методологій планування виробництва з точки зору потреб у випуску виробів та вузлових компонентів, слід розділяти два види систем просування матеріальних потоків: штовхаючі та тягнути. Ця класифікація визначається важливими відмінностями двох підходів до координації багатоетапного виробничого процесу.

Перша система являє собою систему організації виробництва, в якій предмети праці, що надходять на виробничу ділянку, безпосередньо цією ділянкою у попередньої технологічної ланки не замовляються. [2, с. 83] Даним тип виробництва вважається найпоширенішим, який можливо з допомогою розробки графіка запуску випуску виходячи з прогнозу продажів. За його складанні, зазвичай, враховується залишок сировини, готової продукції, страховий запас, і навіть виробничі обмеження: оптимальні партії, черговості, пропускну здатність тощо.

Слід зазначити, що план виробництва утворюється не з фактичних даних, а на підставі прогнозу продажів, що є головним мінусом системи. У разі реальних термінових замовлень, план виробництво доводиться перепланувати і пропускати першочергово критичні замовлення, у своїй ситуація лише посилюється. Зростає кількість переналагодок, простої за відсутністю матеріалів, поточні зупинені замовлення незабаром стають критичними. Дана система

може працювати ефективно, якщо точність прогнозу велика і виробництво слідує за наміченим графіком. Розвиток даного типу виробництва досягається за рахунок автоматизації та купівлі більш продуктивного обладнання.

Другою альтернативною методологією є виробничо-логістична система типу, що витягує, принципова відмінність якої полягає в передачі матеріальних ресурсів на наступну технологічну операцію з урахуванням потреби переділу-замовника. І тут центральна система управління не втручається в обмін матеріальними потоками між різними ділянками підприємства, не встановлює їм поточних виробничих завдань. Завдання на замовлення надходить лише на кінцеву ланку у виробничому ланцюжку, яка у свою чергу ручним методом починає «витягувати» необхідні ресурси зі своїх постачальників на підставі єдиної системи та правил, розроблених підприємством [2, с. 206].

Дана методологія організації виробництвом зародилася Японії на автомобілебудівному заводі Toyota Motors. До 1950 р. виробництво на підприємстві здійснювалося на основі плану (графіка запуску – випуску) за класичною системою, що "штовхає".

Відмінною особливістю методології можна відзначити ручне управління виробництвом з використанням інструменту "Канбан", який представляв сигнал на транспортування та запуск у виробництво у вигляді картки з візуальним зображенням або номенклатурою деталей, що виготовляються, або вузлів у кількості необхідному наступному переділу.

У своїй книжці "Виробнича система Тайоти" Таїті Оно пише, що ідею канбана він почерпнув в американських супермаркетах. План виробництва у явному вигляді відсутній, є лише швидкість виробництва та черговість замовлень. При цьому важливим поняттям у системі є час такту, який відображає вимоги замовника (доступним фондом робочого часу персоналу чи обладнання Час такту є ключовим поняттям у вибудовуванні виробничого процесу відповідно до методології. З цього часу розраховується кількість карт канбанів і стандартний міжопераційний запас. Потреба у сировині, матеріалах, готової продукції визначається швидкістю споживання та кількістю Канбанів у обороті. Оптимізація запасів досягається через скорочення часу переналагодження, мінімальних партій, виробничого циклу, роботи, яка не додає цінності [1, с. 85].

Ця ідея лягла в основу логістичної концепції "Точно вчасно", таким чином з'явилася нова методологія управління виробництвом за типом системи, що тягне-заповнює. У наступні роки багато машинобудівних підприємств впроваджували цю методологію, проте істотної зміни чи трансформації вона не отримала. У свою чергу, системи "тягнучого" типу дають суттєвий позитивний економічний після її впровадження, за рахунок зниження запасів, оскільки система базуються на простому принципі: ніщо не буде зроблено, поки в цьому не виникне потреби. Наприклад, 2000 року компанія Boeing опублікувала звіт про впровадження інструментів ощадливого виробництва, зокрема технологічних канбанів, що свідчить про економію ресурсів, що споживаються, на 30–70 %.

Наступна методика, яка застосовується на украънських підприємствах Теорія Обмежень (TOC). Принцип управління виробництвом досить простий. Основна концепція методології — існування вузького місця, яке задає темпи виробництва всієї системи. Таким чином, немає сенсу максимально ефективно використовувати ресурси кожного робочого центру, потрібно сконцентрувати увагу на найнижчій продуктивній ланці у виробничому ланцюжку. При цьому швидкість низько продуктивної ланки в методології позначається терміном "барабан", так як вона задає такт для всієї системи. Для того, щоб статистичні відхилення, що виникають у виробничому ланцюжку, не гальмували роботу вузької ланки, оскільки час втрачений на даному переділі не може бути здійсненним, перед цим переділом повинен створюватися страховий запас напівфабрикатів —"Буфер". Для контролю "буфера" повинна також існувати система по його поповненню, яка отримала назву "канат", тобто це якийсь механізм чи інформаційний сигнал, який сприяє запуску системи по поповненню буфера або, навпаки, зупиняє попередні ланки виробничого ланцюжка від надвиробництва

Складність роботи з цієї концепції, виникає за зміни попиту ринку і появі нових вузьких місць у системі, оскільки спочатку здебільшого всі ланки у системі незалежні. Система працює за фактичною потребою ринку, не враховуючи прогнозу, що з одного боку полегшує роботу системи, але з іншого, може призвести до керованості всієї системи при зміні пріоритетів на випуск. У даній методології планування є слабким місцем і пов'язані з ручним управлінням [1, с. 130].

На даний момент існують різні підприємства, які побудували свою систему виробничого планування на тій чи іншій методології, при цьому ефективно керуючи своїми ресурсами. Таким чином, можна судити, що обидва види систем знаходять застосування, однак у літературі зустрічаються рекомендації та обмеження щодо застосування тієї чи іншої системи.

Основна роль розглянутих підходів у вдосконаленні системи виробничого планування полягає у можливості їхнього інтегрованого застосування при формуванні виробничої планування. програми підприємства, що може бути враховано при створенні інтегрованої моделі виробничого планування.

Слід зазначити, що розглянуті методології були опубліковані в середині XX століття і не враховували сучасні технічні можливості та структуру ринку, однак вони заклали основні підходи до управління виробництвом. Основною причиною, чому методології, побудовані на принципі "виштовхування", стали більш популярними, розвиток інформаційних технологій та впровадження цифровізації. Саме перехід від ручного управління до комп'ютеризованих систем і досі є важливою метою будь-якого підприємства. Ступінь серійності виробництва також є важливим фактором, що визначає вибір моделі оперативного виробничого планування.

Джерела

1. *Грабовецький Б. Є.* Економічне прогнозування і планування: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2013. 188 с.

2. Планування діяльності підприємства: навч. посіб. / За заг. ред. В. Є. Москалюка. К.: КНЕУ, 2005. 384 с.
3. Планування на підприємстві : практ. посіб. / за ред. Лапигіна. М: Омега-Л, 2017. 304 с.

Науковий керівник: *П. І. Сокуренко, канд. екон. наук, доц.*

Д. О. ГОРЕНСЬКА
Вінницький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Готельний бізнес — це одна з найбільш складних сфер діяльності. У сучасних умовах для формування позитивного іміджу готелю і залучення потенційної аудиторії використовується новий інструмент — організація івент-заходів. Організація конференцій, лекцій, семінарів, презентацій залучають безліч гостей.

Зацікавлена цільова аудиторія, яка зупиняється в номерах готелю або просто відвідує його, значно піднімає відсоток завантаження готелю, що сприятливо впливає на його дохід та імідж. При цьому сучасний event-бізнес трансформується і розвивається в парадигмі цифрової економіки та загальної цифровізації.

Сьогодні готель — це сучасний простір для зустрічей, що еволюціонував. Це вже не столи, стільці і красиві сервірувальні візки. Сучасні зустрічі проводяться з використанням технологій.

Діловим людям необхідно проводити мультимедійні презентації та проводити відео конференції з віддаленими учасниками — іноді і те, і інше одночасно. Сучасні бізнес-івенти не обмежуються конференц-залами в стилі залу засідань, бізнес-клієнти все частіше просять використовувати передові технології в залах для подієвих заходів.

Визначимо поняття:

- онлайн-івенти — заходи, які транслюють учасникам через Інтернет або інші канали спільної взаємодії;
- гібридні — класичні івенти, для яких частково використана методика віддаленої доставки контенту. Тобто, при бажанні учасники або спікери можуть підключитися до мовлення або трансляції, не приїжджаючи на локацію заходу;
- віртуальні — івенти, для яких використані технології віртуальної і доповненої реальності. У них величезний потенціал, і в сучасних умовах цей формат може зробити величезний ривок [1].

Активного залучення учасників при проведенні масштабних івентів важко домогтися в форматі онлайн. Великі можливості для заходів надає VR. Це також корпоративне навчання, дистанційні лекції та тренінги із застосуванням технологій. Так, наприклад, в ході зустрічі, в режимі реального часу, можна завантажувати нові фото або основні тези спікерів.

Сучасним готелям рекомендується застосовувати поступовий стратегічний підхід до цифровізації, щоб залишатися конкурентоспроможними, інноваційними, орієнтованими на майбутнє. Міжнародні експерти стверджують, що нерозуміння цієї важливої трансформації може привести до падіння доходів і відставання в майбутньому.

Джерела

1. *Радіонова О. М.* Віртуальні подієві заходи як шляхи подолання сучасної кризи в івент індустрії. Нові виклики та актуальні проблеми розвитку світового господарства: Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. Харків, 2021. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/radionova2.htm.
2. *Radionova O. M.* Event Tourism of Ukraine in Today's Conditions // *Економіка, облік, фінанси та право: теоретичні підходи та практичні аспекти розвитку*: збірник тез доповідей Міжнародної наук.-практ. конф. (м. Полтава, 28 жовтня 2020 р.): у 4 ч. Полтава: ЦФЕНД, 2020. Ч. 4. 134 с.

Науковий керівник: *К. Г. Антонюк, асистент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи*

М. І. ГРАБ
канд. юрид. наук, доцент кафедри права Львівського інституту МАУП

В. Р. ГАВРИЛЮК
студентка Львівського інституту МАУП

ПРАВОВА ПРИРОДА ЛІКАРСЬКИХ ПОМИЛОК, ВІДМІННІСТЬ ВІД НЕДБАЛОСТІ

Не помиляється той, хто нічого не робить. Цю приказку можна застосувати до всіх відомих нам професій, але тільки якщо це не лікарська помилка. У цьому випадку це, як нам здавалось би, непорозуміння, може призвести до серйозних наслідків — непоправної втрати здоров'я або ж і смерті пацієнта. З цього випливає те, що професія лікаря не може допускати халатності і байдужості у своїй справі, адже людське здоров'я не пробачає помилок. Але чи всі медичні прорахунки — виключно помилки? Чому не варто плутати їх із недбалістю? Щоб з'ясувати ці питання, проблема лікарської помилки завжди залишається актуальним предметом багатьох наукових досліджень.

В українському законодавстві досі немає поняття "лікарська помилка". Чіткого визначення цього поняття немає в жодному нормативно-правовому акті, хоча в ряді законопроектів України це намагались зробити. Можливо чітке тлумачення цього терміну законодавцям не вигідне, оскільки відсутність загального визначення дозволяє легко сховати серйозні зловживання, такі як маскування інших дефектів у наданні медичної допомоги (наприклад, недбалості) під помилку, щоб уникнути відповідальності.

Однак аналіз різних джерел показує, що лікарською помилкою слід вважати помилку або промах у професійній медичній практиці, якщо тільки з боку лікаря не має місця навмисна недбалість. Відомий патологоанатом, академік І. В. Давидовський, писав, що "...до лікарських помилок слід відносити лише добросовісну помилку лікаря, яка базується на недосконалості сучасного стану медичної науки та її методів дослідження чи викликана особливостями перебігу захворювання окремого хворого, або ту, що пояснюється нестачею знань чи досвіду лікаря" [3, с. 272].

Різниця між лікарською помилкою та іншими дефектами надання медичної допомоги ґрунтується на трьох критеріях: вина, ступінь шкоди і сумлінність. Розрізнення між помилкою та професійною недбалістю проводиться залежно від ступеня шкоди. Залежно від наслідків потерпілий звертається до певних органів. Для того щоб довести провину лікаря, справа має розглядатися за підтримки адвоката, який спеціалізується на медичних справах. Слід зазначити, що згідно з даними Єдиного державного реєстру судових рішень, за останні 10 років у судах різних інстанцій було розглянуто лише 135 кримінальних проваджень, які відкриті за невиконання чи неналежне виконання медичним або фармацевтичним працівником своїх професійних обов'язків внаслідок недбалого чи несумлінного до них ставлення [2].

Жоден лікар, як і будь-який інший фахівець, не вільний від професійних помилок. Однак слід пам'ятати, що термін "лікарська помилка" не повинен використовуватися для позначення неналежного виконання професійних обов'язків, що тягнуть за собою юридичну відповідальність. Особа, яка вчиняє правопорушення умисно або з необережності, вважається винною у правопорушенні. Рідко медичні правопорушення вчиняються свідомо. Більшість правопорушень, скоєних медичними працівниками, — це акти нехтування (дії, вчинені з необережності або недбалості).

Злочин визнається вчиненим з необережності, якщо за необхідної пильності та завбачливості можна було передбачити суспільно небезпечні наслідки дії (бездіяльності), але не було передбачено можливих наслідків дії (бездіяльності).

У медичній практиці недбалість визначається як значне відхилення від загальноприйнятих стандартів поведінки медичних працівників з аналогічною освітою та досвідом, яке призводить до заподіяння шкоди здоров'ю конкретного пацієнта.

Під час визначення факту недбалості, головне питання, на яке має відповісти суддя, полягає в тому, чи не виконала сторона належним чином свої обов'язки. Інакше кажучи, чи було лікування, проведене лікарем, нижчим від

стандарту турботи, що вимагається законом, і, отже, чи можна говорити про порушення цивільного або кримінального права.

Притягнення лікарів або медичних закладів до відповідальності — одне з найактуальніших питань впровадження доказової медицини, яка є частиною реформи охорони здоров'я. Відповідно до статті 80 Закону України "Основи законодавства України про охорону здоров'я" особи, винні у порушенні законодавства про охорону здоров'я, несуть: цивільну, адміністративну або кримінальну відповідальність згідно із законодавство [4]. Розділ Кримінального кодексу України "Злочини проти життя та здоров'я особи" містить 11 статей, за які медичні та фармацевтичні працівники можуть бути притягнуті до відповідальності [1, ст. 131, 132, 136, 137, 139–145].

Отже, з усього зазначеного можна зробити висновок чіткої розмежованості між лікарською помилкою і недбалістю. Шкода, заподіяна пацієнту внаслідок лікарської помилки, не досягає порога "серйозності", щоб кваліфікуватися як кримінальний злочин, і тому є підставою для цивільної відповідальності лікаря. Професійна недбалість навпаки передбачає серйозні наслідки, як-от смерть або серйозні травми і може набувати форми як умисних, так і недбалих дій. Згідно з цим, відповідальність за вчинення того чи іншого делікту теж настає відповідно до своїх наслідків.

Джерела

1. Кримінальний кодекс України. Київ, 2022. Ст. 131, 132, 136, 137, 139–145.
2. Єдиний державний реєстр судових рішень: https://reyestr.court.gov.ua
3. *Рудий В. М.* Законодавче забезпечення реформи системи охорони здоров'я в Україні, Київ: Сфера, 2005. С. 272.
4. Закон України "Основи законодавства України про охорону здоров'я", 2022. Ст. 80: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2801-12#Text

В. Д. ГРЕБІНЮК

здобувач вищої освіти, студент, Державний біотехнологічний університет

С. О. ЗАЇКА

канд. екон. наук, проф. кафедри туризму

ОСОБЛИВОСТІ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ НА РИНКУ ПОСЛУГ

Проблема, що потребує дослідження, полягає в тому, як ефективно просувати туристичний продукт на ринку, що є найважливішим завданням маркетингу. Для досягнення цієї мети необхідно встановлювати зв'язки з реальними та потенційними споживачами туристичних послуг. Продуктові

маркетингові заходи повинні орієнтуватися на зміни в навколишньому середовищі, нові тренди та пропозиції туристичних компаній, збільшення попиту та вимог до послуг, а також на збільшення кількості досвідчених туристів.

Під час впровадження туристичного продукту, організація повинна аналізувати фактори, що впливають на рішення про покупку продукту. Ці фактори можуть включати структуру та якість продукту, його привабливість та стадії життєвого циклу. У першій стадії життєвого циклу туристичного продукту, потрібно використовувати багато зусиль щоб ознайомитися з новим продуктом. Для продукту, який знаходиться на подальшій стадії життєвого циклу, дії з просування можуть бути спрямовані на залучення повторних клієнтів та оновлення продукту [1].

Можливо виділити основні методи просування туристичного продукту на ринку, зокрема: рекламу в засобах масової інформації, прямий маркетинг, стимулювання продажів та установлення контакту з клієнтами.

Поширення інформації про товар через рекламу в засобах масової інформації виконує найважливішу функцію стратегічного впливу на рішення споживача про покупку товару. Реклама туристичних продуктів передбачає низку обов'язків щодо обслуговування покупців. Наприклад, реклама туристичного продукту повинна надавати вичерпну інформацію про пропозиції продукту, характеристики та використання. Крім того, реклама туристичного продукту також повинна передбачати, готувати та повідомляти покупців про майбутні випуски продукту. Ефективність реклами також залежить від її здатності формувати споживчі вподобання та заохочувати до імпульсивних покупок, таких як надання знижок на сезонні покупки. Нарешті, реклама повинна містити інформацію про найбільш зручне місце для покупки товару [2].

Рекламу туристичного продукту можна розподілити на такі категорії, як неналежна, контр- та соціальна реклама. Неналежна реклама це нечесна інформація, яка не заслуговує довіри або навмисно вводить в оману, порушує встановлені закони щодо її змісту, часу, розповсюдження та місця розташування. Мета контр-реклами — заперечити наслідки, викликані неналежним просуванням туристичного продукту. З іншого боку, соціальна реклама — це спосіб підтримки суспільних і державних інтересів і досягнення позитивної кінцевої мети. Використання реклами в засобах масової інформації є одним із способів стимулювання збуту туристичних послуг. Стимулювання збуту, яке передбачає пропонування спеціальних стимулів для заохочення покупок або продажів, є додатковим каналом просування. Щоб зацікавити споживачів, туристичні компанії можуть пропонувати знижки на тури, надавати додаткові послуги безкоштовно при купівлі турів максимальної тривалості, а також включати безкоштовні послуги, такі як вхід на дискотеки, пляжі або надання запрошень на спортивні заходи. Крім того, компанії можуть запропонувати безкоштовну поїздку після певної кількості оплачених турів. Щоб стимулювати туристичні агентства-посередники, компанії можуть пропонувати підвищення комісійних ставок за продаж понад встановлену квоту або надавати рекламні поїздки для співробітників агентства [3, с. 2–9].

Досвід торгового персоналу починає діяти під час особистої взаємодії з відвідувачами туристичного центру або представниками компанії та уряду. Ці біржі спрямовані на те, щоб зацікавити потенційних клієнтів рекламованими подорожами та пробудити інтерес до їх придбання. Демонстрації прямого маркетингу — непростий подвиг, і для цього потрібна навчена робоча сила.

З постійним розвитком суспільства виробники туристичних продуктів відчувають потребу досліджувати інноваційні підходи до просування своїх товарів на ринку. Хоча існує кілька традиційних методів, таких як реклама в засобах масової інформації, прямий маркетинг, стимулювання збуту та зв'язки з громадськістю, дані чинники є досить продуктивними та протягом певного періоду часу дають позитивні результати [4].

Джерела

1. *Кейван О. І.* Основні умови та чинники формування попиту на послуги в туризмі // *Економіка: проблеми теорії і практики*: зб. наук. пр. Вип. 262. В 12 т. Т. XI. Дніпропетровськ: ДНУ, 2010.
2. *Гонтаржевська Л. І.* Ринок туристичних послуг в Україні: навч. посіб. Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. 180 с.
3. *Дурович О. П.* Маркетинг у туризмі: навч.-практ. посіб. М.: МЗСИ, 2003. С. 2–9.
4. *Кифяк В. Ф.* Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.

О. ГРІНЧЕНКО

ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ПІДТРИМКИ МАЛОГО ВИРОБНИЧОГО БІЗНЕСУ

Коли в західних країнах говорять про малий бізнес та його внесок в економіку країни, то передусім мають на увазі малий виробничий бізнес. Торговому та іншим невиробничим видам бізнесу відводиться другорядна роль.

Саме малий виробничий бізнес грає на вирішальній ролі як у розвитку внутрішнього товарного ринку, і у підвищенні експортного потенціалу економіки. Майже всі розвинені країни, які забезпечили своє досить благополучне економічне становище та високий рівень життя населення, мають розвинений сектор малого виробничого підприємництва. Тому для України, де стан малого виробничого бізнесу залишає бажати кращого, досвід державної підтримки цього сектору економіки в розвинених країнах становить значний інтерес.

У більшості країн існують спеціальні урядові органи з широкими повноваженнями та не меншими ресурсними можливостями, які відповідають за його підтримку [1]:

- у Великій Британії — Національне Агентство з обслуговування малого бізнесу;
- США — Адміністрація малого бізнесу (14 тисяч відділень по всій території країни);
- Німеччини — Генеральний Директорат малого та середнього бізнесу, ремісництва, послуг та вільних професій.

Усі вони є надійним тилом малих виробничих підприємців. Зазначимо, у більшості країн існує єдиний орган, який надає допомогу малому бізнесу, а не безліч різних структур як на пострадянському просторі, так і в Україні зокрема.

У Франції державна політика приділяє значну увагу створенню і зростанню малих підприємств. Так, за 5 років було організовано більше 200 бізнес-інкубаторів, які надають на певних умовах і на певний час спеціально обладнані приміщення та інше майно суб’єктам малого бізнесу, які розпочинають свою діяльність з метою сприяння у набутті ними фінансової самостійності інкубаторів.

У Німеччини здійснюється фінансово-технологічна підтримка малого бізнесу. Існують спеціально розроблені програми для розвитку малого підприємництва, зайнятого в сфері науки. Уряд надає пільги для отримання кредиту на розвиток для наступних об’єктів: малих підприємств, що розробляють проекти в галузі поліпшення умов виробництва; підприємців малого бізнесу, зайнятих у сфері наукових розробок; малих підприємств, які беруть участь у поліпшенні розвитку слаборозвинених з економічної точки зору районів країни; підприємців, які зайняті в галузі будівництва та вирішення житлових умов; малих підприємств, що розробляють проекти для збереження і поліпшення умов навколишнього середовища і піклуються про екологічну ситуацію в країні. Основними програмами, спрямованими на розвиток малого виробничого підприємництва є: “Концепція розвитку науково-технічної політики по відношенню до підприємств малого і середнього підприємництва” та “Стимулювання заощаджень для відкриття власного бізнесу”.

В Італії розвитку малого бізнесу в останні 5 років сприяє потужне правове забезпечення, яке постійно переглядається та удосконалюється. Частка малих підприємств у ВВП країни становить 70 %. Чисельність працівників, що працюють на малих підприємствах дорівнює близько 60 % від загальної кількості працюючих [2]. Це вказує на те, що економіка Італії базується саме на малому бізнесі, а отже, не дивно, що державна політика відносно підприємництва постійно реформується та удосконалюється.

У Великобританії, державна підтримка малого бізнесу активізувалася ще у другій половині XX ст. Розроблялися і реалізовувалися різні організаційні заходи і стратегічні програми, головною метою яких було усунення адміністративних перешкод для малого бізнесу.

У Японії уряд постійно розробляє та ухвалює нові закони і організаційні рішення, що забезпечують розвиток і підтримку малого бізнесу. Так, починаючи з другої половини XX ст. урядом країни було ухвалено понад 40 таких законів і організаційних рішень, направлених на створення цілісної системи правового і системного забезпечення, принципів регулювання, механізмів виконання і контролю малого бізнесу .

У США розвинений сектор малого виробничого підприємництва вважається основою економічного розвитку і національної безпеки держави. Тому державна політика щодо малого бізнесу здійснюється у напрямку усесторонньої підтримки цього сектору, наголошуючи на свободі підприємництва, справедливій конкуренції, розвитку приватної ініціативи для прояву всіх потенційних можливостей особи, яка вирішила відкрити малий бізнес, як основи економічного розвитку і національної безпеки країни.

В Україні мале виробниче підприємництво не розглядається як особливий вид малого бізнесу і відсутня системна його підтримка з боку держави практично по всім напрямам та на всіх стадіях існування. Тому кількість малих виробничих підприємств в країні зменшується.

Джерела

1. Малий бізнес. Зарубіжний досвід // *Все про Бізнес*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://pro-biznes.com.ua/statt-pro-bznes/malij-biznes-zarubizhnij-dosvid.html
2. Развитие малого бизнеса в мире [Электронный ресурс]. Режим доступа: prostobiz.ua/biznes/razvitie_biznesa/vse _novosti
3. *Рібун Л. В.* Зарубіжний досвід розвитку малого бізнесу / Л. В. Рібун, Г. А. Лех, І. М. Васькович // *Науковий вісник НЛТУ України*. 2016. Вип. 26.2. С. 230–235.

Науковий керівник: *В. В. Татарінов, канд. екон. наук, доц.*

В. В. ГУБРІЙ

Вінницький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

Формально event-індустрія народилася в 1800-х рр., коли почався продаж квитків на професійні спортивні заходи, і пізніше поступово трансформувалася. Як окрема галузь. event-індустрія сформувалась початку XX ст. В Україні event-бізнес протягом 90-х рр. XX ст. був поширений у вигляді організації весільних церемоній та ювілеїв у середовищі працівників творчих професій [1].

До видів івенту відносять:

• фестивалі, карнавали, паради;
• конференції, форуми, симпозіуми, круглі столи;
• навчальна діяльність семінари, тренінги;
• спортивні змагання (наприклад, Олімпійські ігри);
• концерти, кінопоказ, театральні вистави;
• ювілеї, весілля;
• ділові заходи: виставки, ярмарки, виставки, презентації, відкриття бізнесу, прийоми, заходи, пов'язані з просуванням бренду тощо.

Значення івентів полягає в тому, що вони є важливим мотивуючим фактором в туризмі, який стимулює продажі багатьох туристичних напрямів; крім того, використання івентів дає можливість уникнути такої гострої для туристичної сфери проблеми, як сезонний чинник. Підвищення привабливості івентів і формування дієвого організаційно-економічного механізму розвитку туризму в Україні потребує ефективного event-менеджменту (управління подією).

Event-менеджмент поступово стає окремою підсистемою менеджменту туристичних дестинацій різного рівня, його об'єктом виступають івенти, спрямовані на залучення туристів, а невід'ємними функціями — планування, організація та керівництво такими подіями в рамках єдиної концепції місцевого туристичного продукту. Однією з особливостей event-менеджменту є те, що він застосовується різними суб'єктами на відповідних управлінських рівнях. Event-менеджмент включає вивчення особливостей бренду, визначення цільової аудиторії, розробку концепції події, логістичне планування та координацію технічних аспектів, що безпосередньо впливають на проведення заходу [2].

Застосування системного підходу до організації event-менеджменту передбачає виділення окремих його компонентів, якими, мають бути такі блоки:

1. Концептуальний блок — розробка концепції та сценарії заходу; визначення цільової аудиторії, партнерів і зацікавлених сторін, тривалості, місця та оптимальної форми проведення події).

2. Організаційний блок — розроблення логічної схеми створення події, визначення оптимальної структури, послідовності та змісту робіт, що потребують виконання, організація взаємозв'язків з партнерами і зацікавленими сторонами, визначення порядку здійснення контролю за всіма процесами в ході підготовки до створення заходу та його реалізації.

3. Блок планування — стратегічне планування (оцінка зовнішнього і внутрішнього середовища на основі використання методу SWOTаналізу з метою виявлення потенціалу сильних сторін та зовнішніх можливостей); поточне планування; оперативне планування (деталізація завдань за комплексами робіт для їх виконавців на короткостроковий період для забезпечення виконання поточного плану).

4. Маркетингово-комунікаційний блок — створення плану висвітлення заходу, визначення засобів масової комунікації, які є ефективними для про-

сування події, підготовка матеріалів для її анонсу, інформаційне просування заходу та висвітлення його результатів.

5. Інформаційно-аналітичний блок — формування інформації, необхідної для підготовки події, визначення економічного ефекту від її реалізації, оцінки задоволення відвідувачів заходу та їх бажання повторної участі в ньому, складання проміжної та підсумкової звітності щодо виконання плану подієвого заходу.

Отже, event-менеджмент — це насамперед інструмент маркетингових комунікацій. Розуміти дане поняття слід ширше, ніж просто організація заходів. Заходи event-менеджменту спрямовані не тільки на просування товарів і послуг підприємства, але і його самого [3].

Джерела

1. *Пашкевич М. Ю.* Культурно-дозвіллєва діяльність у сучасному світі: монографія. Київ: Ліра-К, 2017. 328 с.
2. *Бусловская А. С., Сардак С. Є.* Івент-менеджмент в управлінні розвитку туризму // *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2018. № 3(14). С. 142–145.
3. *Бондарь О. І.* Event-менеджмент туристичного підприємства // Проблеми і тенденції розвитку сучасної економіки в умовах інтеграційних процесів: теоретичні та практичні аспекти: матеріали наук.-практ. конф. (м. Херсон, 17–18 жовтня 2019 р.). Херсон, 2019. С. 420–422.

Науковий керівник: *К. Г. Антонюк, асистент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи*

В. М. ГУК

Українська академія друкарства

АНАЛІЗ СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВІТРОВОЇ ЕНЕРГЕТИКИ В УКРАЇНІ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

За складеним рейтингом ще в 2018 році в топ 5 країн світу, уряди яких докладають максимальних зусиль з розвитку так званої “зеленої” енергетики з європейських країн була лише Німеччина, яка займала 5-те місце, де зафіксовані найбільші інвестиції в розвиток альтернативної енергетики.

Енергетичною стратегією України до 2035 року, прийнятою у серпні 2017 року, передбачалося підвищення енергоефективності та використання енергії із відновлювальних та альтернативних джерел. Впровадження заходів із запобігання та адаптації до зміни клімату визначалося як один із пріоритетів розвитку енергетики. Згідно з документом, до 2025 року частка ВДЕ

(відновлюваних джерел енергії) в енергетичній системі України повинна складати 12 %, а до 2035 року — не менше 25 %.

24 лютого 2022 року російські війська розпочали повномасштабний наступ на Україну. За 2 місяці війни країна зазнала величезних збитків. Частина з них пов'язана з руйнуванням підприємств зеленої енергетики.

Станом на 24 лютого 2022 року загальна встановлена потужність українських вітроелектростанцій (без тимчасово окупованих територій Донбасу і Криму) складала 1.67 ГВт — фактично як два атомні енергоблоки [1].

До моменту вторгнення агресора Україна впевнено входила до ТОП-10 країн лідерів за швидкістю розвитку галузі. У 2020 році Україна була визнана однією з 5 країн, які найбільш активно розвивають альтернативну енергетику в Європі. Військова агресія не просто зупинила роботу підприємств. Вона стала причиною руйнування багатьох із них та виходу на рівень банкрутства власників уцілілих галузей.

Більшість вітрових електростанцій в Україні знаходиться на узбережжях Чорного та Азовського морів, на території Кримських та Карпатських гір, у Одеській, Херсонській та Миколаївській областях. За даними Інституту відновлюваної енергетики НАН України, ці регіони найбільше підходять для використання енергії вітру [2].

У 1997 році запрацювала перша ВЕС на території України — Трускавецька, а вже за три роки в Україні працювало 134 турбіни. Новий етап у розвитку вітроелектростанцій розпочався 2009 року, після запровадження Урядом України "Зеленого тарифу". На кінець 2012 року потужність вітроелектростанцій в Україні становила майже 263 МВт, а через сім років Україна увійшла до "Гігаватного клубу". "Зелену" електроенергію в Україні генерують 34 вітрові електростанції (включно з тими, що знаходяться на території ОРДЛО) [3].

У перспективі ВДЕ мають частково замінити електроенергію з вугільних ТЕС, які за прогнозом до 2031 року зменшать свої обсяги виробництва електроенергії на майже 12 %.

Динамічний розвиток вітрової енергетики неможливий без стабільності енергетичної системи, оскільки ефективність генерації електроенергії з ВДЕ залежить від погодних умов. Тому подальший розвиток повинен відбуватися разом з будівництвом систем зберігання та накопичення енергії (energy storage), маневрових потужностей та гібридних ВДЕ електростанцій.

Водночас важливо, щоб цей процес відбувався з урахуванням спроможності нашої економіки стимулювати розвиток відновлюваної енергетики та нашої енергосистеми прийняти такі об'єкти. При цьому українським споживачам має бути гарантоване якісне, надійне та безперебійне постачання електричної енергії незалежно від жодних погодних умов [4]. .

Нові проєкти з будівництва 11 наземних вітропарків загальною потужністю майже 1 ГВт через війну поставлено на паузу.

Держава, чия агресія фінансується з експорту вуглеводнів, розуміє, що нова стала енергетика поставить хрест на її уявній величі.

Крім суші південь України має вражаючі перспективи морської — офшорної — вітроенергетики. Північно-західна частина Чорного моря та частина Азовського моря від Генічеська до Бердянська мають найкращі в регіоні метеорологічні умови для розвитку вітрових електростанцій.

Джерела

1. Укренерго. Національна енергетична компанія: веб-сайт. URL://ua.energy/vstanovlena-potuzhnist-energosystemy-ukrayiny/(дата звернення: 25.02.2023).
2. Вітроенергетика — Інститут відновлюваної енергетики НАН України: веб-сайт. URL: https://www.ive.org.ua/?page_id=69&lang=uk/ (дата звернення: 25.02.2023).
3. Економічна правда. Wind of change: які зміни несе вітрова енергетика Україні: веб-сайт. URL:https://www.epravda.com.ua/columns/2023/01/6/695729/ (дата звернення: 26.02.2023).
4. Вітрова енергетика в Україні та світі: веб-сайт. URL:// https://hmarochos.kiev.ua/2022/01/18/vitrova-energetyka-v-ukrayini-ta-sviti/ (дата звернення: 13.03.2023).

Науковий керівник: *В. Г. Слободяник, канд. техн. наук, доц., старший викладач*

Л. О. ДАШУТІНА

канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту ім. проф. Л. І. Михайлової, Сумський національний аграрний університет

АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ОСВІТИ ТА НАУКИ

Академічна доброчесність набуває актуальності і стає однією з значущих категорій у науковому середовищі. Вперше показовим став процес перевірки докторських дисертацій тепер уже колишнього міністра Німеччини Гуттенберга та заступника голови Європарламенту пані Кох-Мерін. Виявлений плагіат змусив чиновників подати у відставку. Ще жорсткіші наслідки порушення вимог дисертації з плагіату наздогнали лікаря з клонування Хванг Ву Сук — призначено кримінальну відповідальність у вигляді двох років позбавлення волі. Тому моральні аспекти наукової діяльності завжди виступали та виступатимуть одними з базових вимог проведення наукових досліджень.

Серед основних сфер прояву несумлінності у наукових дослідженнях та розробках можна назвати: безпосереднє проведення досліджень; підготовка публікацій різного рівня (статті, тези, монографії, підручники тощо); оформлення заявок отримання грантового фінансування; взаємодія із колегами.

В Україні найпоширенішим видом порушення академічної недоброчесності є саме плагіат (включно з використанням робіт і дисертацій, які продаються на комерційній основі) та списування [1, с. 4]. Згідно зі статистикою Unicheck, в Україні у 2018 році середній показник текстових збігів у перевірених системою роботах сягнув 33,16 % [2]. Важливо зазначити, що науковий плагіат природним чином виростає з практики списування та плагіату в освіті (на всіх її рівнях).

Основними причинами порушення академічної доброчесності виявляють такі:

1. Правова непоінформованість. Незнання чи небажання знати приписи закону. Коли мова йде про студентів, то такий сценарій віриться легко. Але якщо суб'єкти вже претендують на статус кандидата або доктора наук, у незнання елементарних правил віриться важко, що говорить про некомпетентність такої особи. Проте на виправдання звучать саме такі формулювання.

2. Нігілізм, тобто невизнання або ігнорування встановлених правил та розпоряджень. Саме самовпевненість спонукає авторів "пропустити" певні положення та стандарти з метою досягнення поставленої глобальної мети. А недосконалість закону та недостатній контроль лише сприяють цьому.

3. Прагнення отримати особисту вигоду. Такий сценарій досить поширений. У хід іде шахрайство, змова, обман, договірна співпраця, корупція.

4. Нестача часу, небажання приділяти достатньо уваги дослідженню.

Існує ще багато суб'єктивних та об'єктивних причин, але жодна з них не є виправданням. Враховуючи збільшення випадків порушення академічної доброчесності, на сьогоднішній день гостро стоїть питання державного регулювання та посилення заходів у цьому напрямку.

Міжнародна практика впровадження принципів академічної доброчесності, складовою частиною якої є боротьба з проявами плагіату, вже кілька десятиліть тому почала оформлюватись на інституційному рівні.

Серед заходів запобігання плагіату можна назвати:

- посилення відбору абітурієнтів. Одна з непрямих причин плагіату — нездатність деяких студентів самостійно виконати задану роботу;
- створення умов, за яких студенту невигідно буде списувати;
- усний контроль знань (якщо студент виконав роботу не самостійно, він навряд чи зможе грамотно розповісти про її основні положення, оперуючи цитатами з використаних джерел, довести свою точку зору);
- щорічна зміна викладачами завдань з дисципліни, знизити або зовсім виключити шанс обміну готовими роботами зі старшими студентами, які вже проходили конкретний курс;
- модернізація питань, завдань та тематики робіт таким чином, щоб утруднити пошук в інтернеті та стимулювати у студентів власні роздуми, а не копіювання чужого.

Також можна надавати можливість студентам робити огляд конкретної статті чи книги. Зрозуміло, некоректно розраховувати на високий рівень новизни в таких роботах, але принаймні чуже не видаватиметься за власне. Практикувати творчі завдання, знижуючи кількість робіт, де студент може

списати. Необхідне підвищення відповідальності вчених за факт академічного плагіату.

Виходячи із викладеного, вважаємо, що викорінення цієї недоброчесної практики потребує співпраці та активної позиції усіх, хто пов'язаний зі сферою вищої освіти у всьому світі.

Джерела

1. Стан і проблеми боротьби з плагіатом в українській освіті. *Електронний ресурс.* URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2017-12/plagiat-8be00.pdf
2. Плагіат у вищій освіті. *QAA Агенція забезпечення якості вищої освіти Великобританії.* Електронний ресурс. URL: https://naqa.gov.ua/wp-content/uploads/2019/05/plagiat_qa.pdf

Н. В. ДИРДА

ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ ОБСЯГІВ ВИРОБНИЦТВА НА ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

У структурі попиту на товари і послуги розрізняють запити фактичних і потенційних покупців. До першої категорії належать покупці, що остаточно визначилися з вибором не лише продукту, який хочуть придбати, але і конкретного постачальника. Вони вже зробили певні кроки на підтвердження своїх намірів: підписали договір на постачання, внесли аванс. У такій ситуації виробництво продукції, по суті, є реакцією у відповідь підприємства на запити споживачів. Параметри відвантаження окремих партій виробів уточнюються за допомогою клієнтських замовлень, а потреба в продукції відома з точністю до дати. Це найбільш детальна форма формування потреб в продукції.

У ряді випадків підприємству доводиться орієнтуватися на потенційних покупців. У момент ухвалення рішення про виробництво конкретної продукції її споживач ще невідомий. Обсяг випуску визначається на підставі прогнозів на реалізацію продукції.

При цьому терміни можливої реалізації визначаються укрупнено, з точністю до вибраного часового інтервалу (сезон. квартал, місяць, тиждень).

Як правило, виробництво повинне забезпечити наявність певної кількості продукції на складі на початок вибраного інтервалу. При плануванні легко помилитися із складом продукції, що випускається, об'ємом випуску, датою, коли запаси продукції на складі необхідно поповнити. Результатом подібних помилок можуть стати репутаційні і фінансові втрати підприємства.

Розглянемо детальніше різні варіанти визначення потреб в продукції.

Планування виробництва на підставі прогнозу попиту: виробництво продукції визначається уявленнями підприємства про те, яка продукція і в яких обсягах буде затребувана покупцями в конкретний проміжок часу. В якості основи для таких прогнозів можуть виступати: маркетингові дослідження; дані за об'ємами продажів в попередні періоди.

При створенні планів передбачається очікуваний збут усієї випущеної продукції. Виходячи з цього виробництво забезпечує створення запасів виробів, що випереджає попит. Цей спосіб виготовлення продукції дістав назву Виробництво на склад.

Потреба в продукції визначає масовий попит на придбання виробів в стандартній комплектації. При цьому продукція в процесі виробництва і продажу "знеособлена": не важливо, хто з покупців отримає конкретний екземпляр.

Планування виробництва на підставі прогнозу попиту: наявність продукції на складі дозволяє відпрацювати усі звернення покупців, що поступають, максимально швидко. Час виконання визначається тільки регламентом можливості відвантаження продукції із складу.

Виробництво на склад характерно для масового виробництва типової продукції, запасних частин і витратних матеріалів до неї. Випуск продукції великими партіями дозволяє істотно зменшити накладні витрати по відношенню до одиниці продукції. Це дає підприємству додаткові можливості для формування конкурентної ціни на продукцію.

Переваги використання моделі "Виробництво на склад" [1]:

- забезпечення інтенсивного попиту — кожен покупець отримує товар максимально швидко;
- побудова "довгих" каналів розподілу — забезпечення об'єму запасів, достатнього для створення резервів продукції на усіх етапах розподільного ланцюга (наприклад виробник – дистриб'ютор – дилер – регіональний оптовий склад).

Разом з сильними сторонами модель виробництва "на склад" здатна створити для підприємства істотні фінансові складнощі, обумовлені характером використання ресурсів [2]:

- забезпечення виробництва переважно за рахунок власних засобів;
- великий об'єм і низька оборотність коштів, вкладених у виробничі запаси;
- істотні витрати на утримання складського господарства;
- ризик неповернення вкладених у виробництво коштів через зміну кон'юнктури попиту.

Усунути негативний вплив вказаних чинників дозволяє модель виробництва "під замовлення".

Клієнтські замовлення підтверджують готовність до придбання продукції з боку зовнішніх покупців. Внутрішніми замовленнями оформляється запит на виготовлення продукції для власних потреб підприємства, наприклад спецоснастка. Замовлення визначають склад, кількість і бажану дату виготовлення виробів. Виробничі процеси починаються після підтвердження за-

мовлення, тому цей спосіб планування виробництва продукції дістав назву "Виробництво під замовлення".

Переваги виробництва під замовлення:

- ефективне використання обігових коштів — необхідні для випуску продукції матеріали закуповуються максимально близько до фактичної дати їх переробки. У формуванні обігових коштів беруть участь грошові кошти, отримані від покупців в рахунок авансування замовлень;
- економна витрата ресурсів — усі виробничі витрати носять адресний характер;
- якнайповніше задоволення потреб покупців;
- відсутність ризику затоварювання — покупець на продукцію визначений ще до початку її фактичного виробництва;
- низькі складські витрати — продукція виготовляється до дати відвантаження і знаходиться на складі мінімальний час.

Джерела

1. *Заїка Ю. А.* Концептуальна модель управління економічною поведінкою промислового підприємства // *Економічний простір*. 2016. № 113. С. 136–146.
2. *Домаскіна М. М. А., Кришталь Р. Б.* Методи прогнозування збуту продукції як фактор економічної безпеки підприємства // *Науковий вісник Миколаївського нац. ун-ту імені В. О. Сухомлинського. Економічні науки*. 2017. № 2. С. 78–82.

Науковий керівник: *В. Г. Гноєвий, канд. екон. наук, доц.*

І. О. ДІБРОВА

Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ЗНАЧЕННЯ ОБЛІКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Процеси трансформації економіки України викликають необхідність адаптації підприємств до нестабільного соціально-економічного середовища, що обумовлює потребу в оперативному пошуку рішень для захисту власних інтересів, адже існує висока ймовірність виникнення загроз, реалізація яких може призвести до появи ознак кризового стану, а надалі і банкрутства значної частини вітчизняних підприємств.

Тому ознайомлення з особливостями розробки та управління системами безпеки при здійсненні економічної діяльності підприємством є вкрай важливим для виявлення загроз фінансово-економічної безпеки підприємств (далі — ЕБП) України в умовах глобалізації світової економіки; організації комплексної системи забезпечення фінансово-економічної безпеки підпри-

ємства; розробки та управління реалізацією стратегії фінансово-економічної безпеки підприємства як складової загальної стратегії розвитку; проведення аналізу ефективності забезпечення економічної безпеки [4].

Проблемам забезпечення функціонування системи ЕБП та окремих її складових присвячено багато праць таких вчених, як І. Білоусова, О. Захаров, С. Єрохін, О. Кириченко, А. Козаченко, О. Ляшенко. Теоретичні, методичні та практичні проблеми організації економічного аналізу на підприємстві досліджені в наукових працях О. Гудзинського, Г. Кіндрацької, І. Лазаришиної, Є. Мниха, П. Поповича та ін. Сьогодні є відсутньою єдність думок щодо порядку формування обліково-аналітичного забезпечення управління підприємством.

Можна виділити декілька підходів різних авторів до визначення ЕБП:

1) як захист проти економічних злочинів (крадіжки, шахрайство, фальсифікації, промислове шпигунство і т. д.) [2, с. 35];

2) як стан захищеності від внутрішніх і зовнішніх загроз. Економічна доцільність ведення боротьби з загрозами безпосередньо пов'язана з тим, що зачіпає матеріальні інтереси власника, оскільки ведення цієї боротьби вимагає здійснення витрат, а виграш є неочевидним;

3) як стан ефективного використання ресурсів або потенціалу (ресурсно-функціональний підход);

4) як наявність конкурентних переваг, що відповідають потенціалу і організаційній структурі підприємства, його стратегічним цілям і завданням, забезпечить йому певний рівень економічної безпеки;

5) як реалізація і захист економічних інтересів (захищеність від внутрішніх і зовнішніх загроз підприємства, його кадрового і інтелектуального потенціалу, інформації, технологій, капіталу і прибутку) [2, с. 36].

Головне місце у складі інформаційного забезпечення відводиться обліково-аналітичному забезпеченню. Під обліково-аналітичним забезпеченням ЕБП розуміють цілісну інформаційну систему, що об'єднує методи та технології усіх видів обліку, аналізу та безпеки з метою прийняття рішень щодо протидії внутрішнім та зовнішнім загрозам безпеці. Його метою є поєднання процедур бухгалтерського обліку і економічного аналізу. Сутність системи обліково-аналітичного забезпечення полягає в об'єднанні облікових та аналітичних операцій в один процес, здійсненні оперативного аналізу та використання його результатів при моделюванні управлінських рішень в системі ЕБП [4].

Інформаційно-аналітичною підсистемою управління економічної безпеки підприємства виступає сукупність даних бухгалтерського обліку та фінансової звітності, аналізу, контролю і аудиту [1, с. 24].

Таким чином, можна сформулювати основні функції обліково-аналітичного забезпечення системи управління як частини інформаційно-аналітичного забезпечення:

1) інформаційна — забезпечення системи управління інформацією про діяльність підприємства внутрішніх і зовнішніх користувачів;

2) облікова — відображення фактів господарської діяльності підприємств;

3) аналітична — здійснення на підставі первинних аналітичних даних економічного аналізу діяльності підприємств [2, с. 37].

Отже, облік та аналіз є важливими компонентами інформаційної системи підприємства. В успішному функціонуванні системи економічної безпеки підприємства ключову роль відіграють налагоджений бухгалтерський, фінансовий та управлінський облік, виявлення, попередження та своєчасне реагування на економічні ризики, розуміння особливостей функціонування бухгалтерської інформаційної системи й сутності ризиків, оволодіння методами управління бухгалтерськими ризиками [3, с. 15]. Впровадження на підприємстві системи забезпечення економічної безпеки дозволить знижувати рівень загроз, використовувати позитивний вплив зовнішніх і внутрішніх чинників, оперативно приймати попереджувальні управлінські рішення та, в остаточному підсумку, досягти сталого розвитку підприємства.

Джерела

1. *Куркін М. В., Понікаров В. Д., Назаренко Д. В.* Контроль та захист економічної безпеки діяльності підприємств : навч. посіб. Харків: ВД ІНЖЕК, 2010. 300 с.
2. *Гайдук І. С.* Обліково-аналітичне забезпечення управління економічною безпекою підприємства // *Економічний вісник університету*. 2016. № 28(1). С. 33–40.
3. *Тумар М. Б.* Основи економічної безпеки підприємства : навч. посіб. Київ: Хай-Тек-Прес, 2008. 232 с.
4. *Штангрет А. М.* Обліково-аналітичне забезпечення управління економічною безпекою підприємства // *Вісник асоціації докторів філософії України*. 2015. № 1. Режим доступу: http://aphd.ua/publication-31/

Науковий керівник: *А. Г. Єфременко, канд. екон. наук, доц.*

А. Р. ДМИТРЮК

ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

РЕЗЕРВИ І ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах лібералізації зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) і глобалізації світової економіки перед українськими підприємствами постала проблема дослідження резервів зовнішньоекономічної діяльності як з точки зору їх виявлення, так і використання та управління цими процесами. Важливо вирішувати цю проблему на основі підходу не тільки системності, а й багаторівневості факторів, що впливають на ефективність підприємства і його зовнішньоекономічну діяльність, а також взаємозалежності усіх форм і видів діяльності промислового підприємства.

У сучасній вітчизняній і зарубіжній літературі недостатньо досліджені проблеми потенціалу ЗЕД промислових підприємств. Невирішені питання управління використанням резервів ефективного розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства в цілому.

Зовнішньоекономічна діяльність — це комерційна діяльність суб'єктів підприємницької діяльності, пов'язана з їх участю у міжнародних економічних відносинах. Вона являє собою процес реалізації зовнішньоекономічних зв'язків тієї чи іншої країни та виступає важливим резервом економічного зростання підприємства-суб'єкта ЗЕД.

До найбільш поширених резервів зовнішньоекономічної діяльності можна віднести [1]:

- подолання бар'єрів протекціонізму в міжнародній передачі технологій;
- отримання зарубіжних технологій;
- підвищення конкурентоспроможності товарів на ринку;
- вихід на зовнішній ринок за рахунок:

а) вивчення специфічних потреб закордонних споживачів, проведення комплексу маркетингу,

б) організації виробництва продукції відповідно до стандартів, прийнятим в країнах, на ринок яких планується вихід;

- залучення додаткових фінансових і матеріальних ресурсів;
- зниження витрат на виробництво продукції та економії витрат на збуті продукції;
- поліпшення матеріально-технічного забезпечення внаслідок отримання дефіцитних ресурсів від закордонного партнера.

Підвищення результативності зовнішньоекономічної діяльності підприємства зводиться до залучення резервів, що, в свою чергу, веде до зниження втрат у використанні ресурсів. Під резервами необхідно розуміти не використані у певний момент можливості зростання, обсягу випуску та продажу продукції, зниження її собівартості, підвищення рівня рентабельності, і навіть поліпшення інших економічних показників діяльності підприємства.

Шляхом підвищення ефективності зовнішньоторговельної діяльності є можливість вкладення коштів у підвищення кваліфікації власних кадрів, у тому числі навчання невідривно від роботи.

Для нарощування ефективності ЗЕД підприємства можуть використовувати стратегію диверсифікації виробництва. Компаніям слід проводити маркетингові дослідження перспективних ринків і продуктів, а також потужних рекламних кампаній на внутрішніх і зовнішніх ринках. Існує відомий вислів американського соціального психолога Стюарта Хендерсона Брітта, що став афоризмом "Вести бізнес без реклами — все рівно, що підморгувати дівчині в темряві".

Під час розгляду пропозицій щодо нарощування обсягів ЗЕД підприємство обов'язково повинно виявити та усунути існуючі фінансові втрати, знизити витрати та знайти приховані резерви.

Страхування ризиків під час зовнішньоекономічних угод дає не тільки захист інтересів учасників, а й низку інших вигод. Наприклад, дозволяє компаніям, які зазнали збитків, продовжувати свою діяльність.

Організація зовнішньоекономічної діяльності повинна повністю відповідати технічним і фінансовим можливостям підприємства, його конкурентоспроможності на даному міжнародному ринку збуту. А маючи на озброєнні всі існуючі методи збільшення ефективності ЗЕД, підприємство зможе займатися пошуком резервів по нарощуванню обсягів зовнішньоторговельних операцій, а також змінити організаційну структуру управління служби маркетингу і збуту відповідно до перспективних напрямків поліпшення ефективності ЗЕД [2].

Іншими словами, основні резерви ефективності, як правило, закладені у структурних підрозділах підприємства, задіяних у ЗЕД, на стиках чи зв'язках між цими підрозділами, а також вони суттєво залежать від відносин із постачальниками, споживачами та іншими учасниками корпоративних відносин.

Джерела

1. *Хрупович С. Є.* Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб. Тернопіль: Астон, 2017. 137 с.
2. *Бахрамов Ю. М., Глухів В. В.* Організація зовнішньоекономічної діяльності. Особливості менеджменту: навч. посіб. Київ: Лань, 2021. 448 с.

Науковий керівник: *М. В. Сідненко, старший викладач*

Н. О. ДОДЕНКО

ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

РОЗРОБКА РЕКЛАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОСУВАННЯ КОМПАНІЇ У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Сучасна економіка характеризується високим ступенем глобальності, при цьому основними джерелами продуктивності й конкурентоспроможності виступають нові ідеї, нові знання й обробка інформації, а основу її структури становлять мережі фінансових потоків. Вона надає набагато більше можливостей порівняно із традиційною економікою для створення торговельних марок, введення інновацій виявлення нових ринків та каналів розподілу продукції [2, с. 93]. Зростання можливостей у новій економіці ставить перед компанією, що виходить в інтернет-простір, завдання вибору пріоритетів діяльності.

Реалізація вказаних можливостей здійснюється за допомогою інструментів інтернет-маркетингу, який дозволяє залучити і утримати клієнтів в ін-

тернет-середовищі. Основні переваги інтернет-маркетингу полягають у наступному:

1. Інструменти інтернет-маркетингу доступні до застосування будь-яким підприємствам незалежно від їх ринкової позиції та географічного розташування. Вони надають можливість пошуку необхідної інформації та реалізації власних товарів і послуг у всьому світі.

2. Інтернет надає маркетологам можливість проводити регулярні маркетингові дослідження, аналізувати дані про цільовий сегмент ринку та свою цільову аудиторію, проводити активний моніторинг та аналізувати поведінку споживачів на сайті компанії.

3. Завдяки присутності компанії у мережі споживачі отримують можливість швидко отримувати необхідну інформацію та, не виходячи з дому, замовляти товари і послуги. На сайті компанії широко представлена інформація про товари, їх фотографії, відео контент, який покликаний створити повноцінне уявлення споживача про товар.

4. Компанії можуть швидко адаптуватись до ринкових умов, оперативно змінюючи ряд своїх товарних пропозицій, представлених у інтернеті, оптимізувати їх характеристики продукції та регулювати ціну. При цьому можливості інтернету дозволяють відслідковувати тенденціями у змінах уподобань споживачів, а, також, впливати на їх склад.

5. Інтернет забезпечує можливість інтерактивної взаємодії зі споживачем, оперативного відгуку на його запити, широкої демонстрації характеристик та переваг товару, проводити опитування споживачів, оперативно реагувати на їх результати, змінюючи підхід до позиціонування чи реклами товарів.

6. У інтернеті відсутні територіальні та часові межі для проведення рекламної кампанії. При цьому вартість інтернет-реклами набагато менша, аніж у традиційних ЗМІ. Також, є оперативна можливість отримати дані щодо ефективності рекламної кампанії та оперативно ввести зміни за необхідності.

Існують такі основні інструменти і методи інтернет маркетингу які застосовуються в даний час маркетинговими підрозділами комерційних організацій [1]:

1. Пошукове просування. Під пошуковим просуванням розуміється комплекс заходів інтернет-маркетингу, спрямованих на адаптацію в пошукових системах за певними ключовими комбінаціям електронного ресурсу. Ефективне пошукове просування забезпечує вихід на перші позиції сайту компанії, а, значить, потенційний покупець перегляне даний ресурс у першу чергу.

2. Контекстна реклама. Це вид рекламної діяльності в інтернеті, який передбачає розміщення рекламного оголошення на профільній інтернет-сторінці залежно від її контенту. Контекстна реклама розміщуються у вигляді рекламних блоків на верхньому або бічних полях сайтів тематичних порталів та пошукових систем.

3. Медійна реклама. Є ускладненим варіантом контекстної реклами і здійснюється за допомогою використання медійно-контекстного банера, який з’являється на різних інтернет-порталах в результаті видачі по кон-

кретному запиту. Медійний банер показується користувачеві, який вводить в пошуковий запит певний вид товару.

4. Email маркетинг. Здійснюється через розсилку електронних листів, які доставляються базовим та потенційним клієнтам.

5. Просування в соціальних мережах. Дана категорія передбачає маркетингові заходи, спрямовані на підвищення лояльності інтернет-аудиторії до бренду або товару. Даний вид діяльності здійснюється в соціальних мережах, на різних тематичних форумах та в блогах.

Очевидно, що використання можливостей інтернет-маркетингу дозволить підприємствам забезпечити безперервний процес збору, аналізу й обробки необхідної інформації про стан внутрішніх та зовнішніх ринків, визначити динаміку попиту та пропозиції, реакцію споживачів на зміни якості товарів тощо. А використання інструментів інтернет-маркетингу забезпечать реалізацію завдань ефективного просування компанії у мережі інтернет.

Джерела

1. *Ваврик А. Б.* Методи та інструменти інтернет маркетингу URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/22_1_2018ua/11.pdf
2. *Литовченко І. Л.* Інтернет-маркетинг навчальний посібник URL: https://core.ac.uk/download/pdf/147035495.pdf

Науковий керівник: *В. Г. Гноєвий, канд. екон. наук, доц.*

С. М. ЄГОРОВ

ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

МЕТОДИКА ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

У системі інвестиційного управління значної ролі грає оцінка ефективності інвестиційних проектів. Вона здійснюється як підприємством, що реалізує інвестиційний проект, для формування інвестиційної документації, прийняття відповідних рішень щодо структури проекту, визначення оптимальності одного з альтернативних проектів, так і потенційними інвесторами у процесі прийняття рішень щодо вкладення коштів. З огляду на це інструментарій оцінки інвестиційних проектів є досить широким, і його застосування дозволяє комплексно їх проаналізувати [2, с. 16].

Якісний та точний розрахунок показників ефективності проекту відіграє надзвичайно важливу роль для всіх учасників інвестиційної діяльності. Для власника проекту це індикатор його кваліфікації, тому надані контрагентам розрахунки повинні характеризуватись високою точністю та коректністю.

Крім цього, якість проведених розрахунків впливає також на репутацію власника проекту, оскільки суттєве відхилення наведених у проектному реченні показників від фактичних без серйозних причин для такої відмінності може вказувати на несумлінність останнього.

Для інвесторів оцінка ефективності проекту — основа для ухвалення рішення про здійснення інвестицій. Враховуючи ті характеристики інвестиційних проектів, як високий рівень ризику, незворотність, подібні обчислення здійснюються дуже ретельно та з використанням усіх існуючих методик. У науковій літературі представлені дві групи показників, що використовуються для оцінки інвестиційних проектів: статичні (які не змінюються у часі) та динамічні (що враховують фактор зміни вартості грошей у часі).

Одним із індикаторів, що використовується для оцінки інвестиційних проектів, є рентабельність. У разі коли інвестиції здійснюються в необоротні активи, необхідні для забезпечення подальшої діяльності підприємства, розрахунок рівня рентабельності їх використання здійснюється за формулою [3, с. 122]:

$$\text{РІОА} = \text{ЧП}/\text{ОАСЕР}, \qquad (1)$$

де РІОА — рентабельність інвестицій в оборотні активи, %; ЧП — чистий прибуток, який залишається у розпорядженні підприємства після оподаткування; ОАСЕР = середня вартість оборотних активів у період реалізації інвестиційного проекту.

Відокремлено зазначений показник не дасть уявлення про рівень ефективності інвестицій у оборотні активи. У той самий час за умови зіставлення цих показників щодо різних (альтернативних) проектів, чи різних стадій одного проекту, можна отримати інформаційну базу до ухвалення відповідних управлінських рішень. Також зауважимо, що за умови порівняння рівня рентабельності оборотних активів у різні проміжки часу, доцільно брати до уваги зміну вартості грошей у часі та за умови суттєвої інфляції за порівнюваний період доцільно здійснювати відповідні коригування.

Період окупності інвестицій в оборотні активи (ПОІОА) є оберненим показником до рівня їхньої рентабельності.

$$\text{ПОІОА} = \text{ОАСЕР}/\text{ЧП} \cdot \text{КДПЕР}, \qquad (2)$$

де КДПЕР — кількість днів у періоді, для якого проводиться оцінка.

Використання представленого інструментарію можливе нетривалих проектів, які, крім іншого, є багатофункціональними. У разі коли йдеться про інвестиційні проекти, термін реалізації яких є тривалим, а досягнення результату вимагає значних обсягів фінансових ресурсів, залучених з різних джерел фінансування, розрахунок показників ефективності здійснюють на основі інструментарію оцінки вартості грошей у часі. Для ухвалення рішення щодо вкладення коштів у той чи інший проект, розраховані показники ефективності повинні бути досить високими, оскільки, приймаючи рішення про розміщення коштів, фахівці зазвичай беруть до уваги альтернативні варіанти їх використання (вкладення у менш ризикові операції чи проекти, які є менш тривалими).

Основним критерієм ефективності інвестиційного проекту є рівень прибутковості вкладеного капіталу, що є темпом його приросту, що дозволяє покрити інфляційні коливання за термін реалізації проекту і, відповідно, знижує ризики вкладення коштів у реалізацію бізнес-ідеї. Таким чином, у процесі оцінки інвестиційної привабливості того чи іншого проекту, насамперед до уваги беруться показники його ефективності. Як зазначалося вище, у процесі оцінки ефективності проектів використовуються статичні та динамічні показники. Обчислення простої (такої, яка не враховує фактор зміни вартості грошей у часі) норми прибутку здійснюється за такою формулою:

$$НВП = ЧП/ОІП \cdot 100, \qquad (3)$$

де НВП — проста норма прибутку від інвестиційного проекту, %; НП — чистий прибуток; ОІП — обсяг початкових інвестицій у проект.

На підставі наведених даних можна розрахувати також період окупності інвестиційного проекту:

$$ПОП = ОІП/ЧП. \qquad (4)$$

Зазначені показники є надзвичайно важливими, оскільки, ухвалюючи рішення, інвестор зазвичай вибирає ті альтернативи, які забезпечують максимальну прибутковість та мінімальний період окупності. Недоліком такого підходу є його застосування лише для короткострокових проектів, термін реалізації яких не перевищує 1 рік. Це пов'язано з тим, що при розрахунку наведених показників до уваги не береться наявність прихованих витрат (витрат, понесених у негрошовій формі), можливість отримання додаткових доходів (наприклад, від продажу тих активів, що виводяться з експлуатації), можливість використання тимчасово вільних грошей поза проекту (короткострокові інвестиції), різні обсяги початкових інвестицій за однакових відносних показників проекта.

Для комплексної оцінки тривалих інвестиційних проектів у практичній діяльності найчастіше використовуються такі динамічні показники [1, с. 15]:

- чиста поточна вартість або чистий дисконтований прибуток;
- індекс прибутковості;
- дисконтований період окупності капіталовкладень;
- внутрішня норма прибутковості (прибутку) проекту чи маржинальної ефективності капіталу;
- модифікований метод маржинальної ефективності капіталу (MIRR).

Розрахунок чистої поточної вартості дає уявлення про кінцеве результаті реалізації проекту у його вартісному вимірі.

Зазначимо, що дисконтна ставка, яка є елементом розрахунку, є непостійною і може змінюватись в залежності від рівня ризикованості проекту та ступеня ліквідності інвестицій. Реалізація проекту, звичайно, якщо не йдеться про соціальні інвестиції, де ключовим фактором прийняття рішення виступають неекономічні ефекти, матиме місце лише у випадку, коли є чиста поточна вартість є позитивною величиною. У такому разі можна буде говорити, що норма прибутку за проектом вища за середню (розрахована методом середньої арифметичної зваженої) вартості капіталу, залученого для його здійснення.

Джерела

1. *Бєлоусова Л. І.* Управління інноваційно-інвестиційною діяльністю промислового підприємства: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.06.01 "Економіка підприємств і організація виробництва"; НАН України. Ін-т економіки пром-сті. Донецьк, 2012. 20 с.
2. *Глєбова Н. В.* Управління інвестиційними процесами на підприємстві в умовах ризику. Харк. нац. екон. ун-т. Х., 2012. 20 с.
3. *Кирилова Л. І.* Вибір показників економічної ефективності інвестиційних проєктів // *Держава та регіони. Серія: Економіка і підприємництво.* 2004. № 4. С. 121–124.

Науковий керівник: *П. І. Сокуренко, канд. екон. наук, доц.*

А. О. ЄФРЕМОВ

Державний біотехнологічний університет

ПРОБЛЕМИ РОЗРОБКИ ЕФЕКТИВНИХ БІЗНЕС-ПРОЄКТІВ ДЛЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ

Продовжуючи низку досліджень, результати яких висвітлені у роботах [1; 2], слід звернути увагу на проблеми розробки ефективних бізнес-проєктів для соціально-економічного розвитку регіонів. Розробка ефективних бізнес-проєктів для соціально-економічного розвитку регіонів може бути складним завданням через низку проблем.

Однією з головних проблем є брак ресурсів і досвіду. Регіони часто стикаються з обмеженнями фінансових ресурсів, кваліфікованої робочої сили та інфраструктури, що може обмежити їхню здатність розвивати та реалізовувати ефективні бізнес-проєкти. Крім того, складність і міждисциплінарний характер багатьох проблем регіонального розвитку може вимагати досвіду з багатьох секторів і дисциплін, які може бути важко координувати.

Ще одним викликом є необхідність збалансувати економічні, соціальні та екологічні цілі. Бізнес-проєкти, які віддають перевагу економічним цілям, можуть нехтувати соціальними та екологічними проблемами, що може мати негативні довгострокові наслідки для регіону. Вкрай важливо прийняти стійкий і комплексний підхід до регіонального розвитку, який враховує взаємодію між економічними, соціальними та екологічними факторами.

Іншим викликом є необхідність залучення зацікавлених сторін і сприяння співпраці. Бізнес-проєкти, які розробляються ізольовано від зацікавлених сторін або не беруть участь у спільноті, можуть зустріти опір або не досягти запланованих результатів. Залучення зацікавлених сторін до розробки та реалізації бізнес-проєктів може підвищити їх легітимність та ефективність, тоді як сприяння співпраці може призвести до розробки спільних цілей і рішень.

Вирішення цих проблем потребує скоординованого та стійкого підходу, який враховує взаємодію між економічними, соціальними та екологічними факторами та передбачає залучення та співпрацю між зацікавленими сторонами. Для вирішення завдань розробки ефективних бізнес-проєктів для соціально-економічного розвитку регіонів можна використовувати такі стратегії.

Розвиток потенціалу зацікавлених сторін, таких як місцевий уряд, бізнес-лідери, члени громади, може допомогти вирішити проблему браку ресурсів і досвіду. Це може включати навчання, наставництво та технічну допомогу для вдосконалення навичок і знань.

Міжгалузева співпраця може допомогти вирішити міждисциплі-нарний характер багатьох проблем регіонального розвитку. Об'єднання зацікавлених сторін з різних секторів може сприяти обміну знаннями та співпраці, що призведе до більш ефективних і комплексних рішень.

Сталий та інтегрований підхід полягає у застосуванні сталого та інтегрованого підходу до регіонального розвитку. Він може допомогти збалансувати економічні, соціальні та екологічні цілі. Це може передбачати розгляд довгострокових впливів бізнес-проєктів на регіон і прийняття цілісного підходу, який враховує взаємодію між економічними, соціальними та екологічними факторами.

Залучення зацікавлених сторін до розробки та реалізації бізнес-проєктів може підвищити їх легітимність та ефективність. Це може включати пошук інформації від низки зацікавлених сторін, включаючи членів громади, бізнес-лідерів та урядовців, щоб переконатися, що проєкти є актуальними та відповідають потребам регіону.

Інновації та креативність передбачає застосування інноваційних та креативних підходів до регіонального розвитку. Це може допомогти подолати виклики та створити нові можливості. Це може передбачати вивчення нових бізнес-моделей, технологій і підходів до вирішення проблем, які адаптовані до унікальних особливостей регіону.

Таким чином, розробка ефективних бізнес-проєктів для соціально-економічного розвитку регіонів може бути складною через низку проблем, включаючи брак ресурсів і досвіду, необхідність збалансувати економічні, соціальні та екологічні цілі, а також необхідність залучення зацікавлених сторін і сприяти співпраці.

Для вирішення проблем розробки ефективних бізнес-проєктів для соціально-економічного розвитку регіонів потрібен скоординований та сталий підхід, який передбачає розвиток потенціалу, багатогалузеву співпрацю, сталий і комплексний підхід, залучення зацікавлених сторін, інновації, креативність. Приймаючи ці стратегії, регіони подолають виклики, з якими вони стикаються, і досягнуть своїх цілей розвитку.

Джерела

1. *Lomovskykh L., Marchenko M., Iefremov A.* The orgnizational and economic mechanism of ensuring the sustainable development of the econom in the conditions of digitalization. Collective Monography. Poland. 2023. P. 174–180.

2. *Goel A.K., Marchenko M., Iefremov A.* Digitalization of economic planning of competitive marketing activities in the conditions of globalization / Глобалізація та розвиток інноваційних систем: тенденції, виклики, перспективи: матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф., 3–4 листопада 2022 р. ДБТУ. Харків, 2022. С. 58–59.

Науковий керівник: *Л. О. Ломовських, д-р екон. наук, проф.*

Н. О. ЄФРЕМОВА
Державний біотехнологічний університет

РЕГІОНАЛЬНИЙ ФОРСАЙТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Регіональний форсайт — це процес дослідження та передбачення майбутніх подій і можливостей у конкретному географічному регіоні. Передбачено участь широкого кола зацікавлених сторін, таких як урядовці, підприємства, наукові установи та громадські групи.

Метою регіонального форсайту є визначення та визначення пріоритетів викликів і можливостей, з якими регіон може зіткнутися в майбутньому, а також розробка стратегій для їх вирішення. Цей процес може допомогти регіонам краще передбачити та адаптуватися до економічних, соціальних та екологічних змін, а також налаштуватися на те, щоб скористатися новими можливостями.

Регіональний форсайт є особливо актуальним сьогодні через зростаючу складність і невизначеність нашого глобалізованого світу. Швидкий технологічний прогрес, зміна клімату та зміна економічних і геополітичних ландшафтів — усе це сприяє швидкій зміні світу. Регіони, які здатні передбачити ці зміни та адаптуватися до них, матимуть кращі можливості для процвітання в майбутньому. Займаючись форсайт-діяльністю, регіони можуть виробити спільне бачення майбутнього та зробити конкретні кроки для досягнення своїх цілей.

Регіональний форсайт також може допомогти сприяти інноваціям і співпраці між зацікавленими сторонами. Об'єднуючи різноманітні точки зору та досвід, регіони можуть розробляти нові ідеї та підходи, які краще відповідають їхнім унікальним обставинам.

Регіональний форсайт може допомогти виховати почуття власності та прихильності. Залучаючи до процесу широкий спектр учасників, включаючи місцевих жителів і громадські групи, регіони можуть забезпечити, щоб бачення та стратегії, розроблені за допомогою форсайту, відображали цінності і пріоритети людей, яких вони стосуватимуться, що допоможе створити підтримку та імпульс для дій.

Нарешті, регіональний форсайт також може сприяти сталому розвитку. Розглядаючи довгострокову перспективу та враховуючи соціальні, економічні та екологічні аспекти розвитку, регіони можуть забезпечити життєздатність і справедливість своїх стратегій.

У цілому, регіональний форсайт є цінним інструментом для регіонів, які прагнуть орієнтуватися у все більш складному та невизначеному майбутньому. Беручи участь у форсайт-діяльності, регіони можуть краще передбачати зміни та адаптуватися до них, сприяти інноваціям і співпраці, формувати причетність і прихильність серед зацікавлених сторін, а також сприяти сталому розвитку.

Д. І. ЖИТНЯК

Придніпровський інститут ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

ПІДВИЩЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ГРАМОТНОСТІ НАСЕЛЕННЯ ЯК ШЛЯХ ДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СТАБІЛЬНОСТІ

Сучасний світ неможливо уявити без фінансів. Вони забезпечують функціонування усіх сфер людського суспільства. Використання фінансової інформації та застосування фінансових знань є необхідним елементами будь-якої діяльності людини.

За словами Регіонального директора Світового банку в Східній Європі Арупа Бенерджі, 25 % населення України житимуть в умовах бідності до кінця 2022 року, порівняно з трохи більше, ніж 2 % до війни. А до кінця наступного року ця цифра може зрости до 55 % [3].

Одним із способів зменшення цього відсотку є реалізація програм підвищення фінансової грамотності населення. Фінансова грамотність — це сукупність знань, умінь та навичок, потрібних для прийняття відповідальних економічних фінансових рішень та вжиття заходів із належним рівнем компетентності. Фінансова грамотність допомагає зрозуміти ключові фінансові поняття і використовувати їх для прийняття рішень про доходи, витрати та заощадження, для вибору необхідних фінансових інструментів, планування бюджету, накопичення коштів на майбутні цілі.

На жаль фінансова грамотність населення України залишається на дуже низькому рівні і причин цьому декілька. Багато людей, особливо старше покоління, не вважає за необхідне пізнавати ази фінансової грамотності і тому не надає належної уваги цій проблемі. Відзначимо, також, що Міністерство освіти та середні навчальні заклади у своїй більшості також не розуміють цю проблему і не вважають за доцільне включати курс фінансової грамотності в шкільну програму.

Для вирішення цієї проблеми, на нашу думку, необхідно [1]:

1) запровадити в школі заняття по фінансовій грамотності;

2) організувати безкоштовні курси підвищення фінансові грамотності на онлайн-платформах;

3) забезпечити масову рекламу подібних курсів з метою їх популяризації;

4) пропагувати серед населення корисні фінансові звички (наприклад, контролювати свої витрати, розподіляти свій бюджет, відкладати певний відсоток зі своїх доходів на інвестиції, ставити конкретні фінансові цілі та ін.).

Покращення фінансової грамотності населення країни сприяє [2]:

- зростанню рівня користування фінансовими послугами. Фінансово обізнане населення розуміється на видах фінансових установ, знає, які види фінансових послуг доречні за різних життєвих обставин;
- збільшенню дистанційного споживання фінансових послуг (без відвідування відділень банків та небанківських фінансових установ). Таке користування фінансовими послугами, особливо цифровими, дозволяє підвищити ефективність управління особистими фінансами;
- підвищенню поінформованості споживачів про свої права, способи їхнього захисту; здатності відрізнити шахрайські або маніпулятивні фінансові продукти. Фінансово грамотне населення добре усвідомлює коло обов'язків, що набуваються при укладанні договорів з фінансовими установами;
- зростанню фінансової інклюзії через користування фінансовими послугами самими споживачами. Обізнані споживачі — найкращі амбасадори фінансових продуктів для інших потенційних споживачів.

Враховуючи вищезазначені чинники, можна стверджувати, що зростання фінансової грамотності населення дає змогу зробити стійкішим фінансовий сектор країни. Фінансово грамотне населення спроможне ефективно використовувати наявні фінансові ресурси, демонструє навички раціонального споживання, заощадження та інвестування, піклується про захист майна. Фінансово грамотні люди контролюють особисті і родинні фінанси, вчасно ідентифікують шахрайські фінансові схеми, ефективно управляють боргами й ризиками, мають достатньо заощаджень, щоб покрити витрати в разі втрати основного джерела доходу або за інших непередбачуваних подій, завчасно піклуються про гідні умови життя, фінансовий добробут у похилому віці.

Джерела

1. https://biznescat.com/informatsiia/74-shcho-take-finansova-gramotnist.html
2. https://talan.bank.gov.ua/fingramotnist
3. https://www.ukr.net/news/details/economics/95921097.html

Науковий керівник: *В. Г. Гноєвий, канд. екон. наук, доц.*

В. В. ЖУПИНСЬКА
Придніпровський інститут ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ТА ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ

На сьогоднішній день ми живемо в епоху нових технологій і перетворень, які не тільки проникають у різні сфери та професії людей, а й значно змінюють їх спосіб життя.

З кожним днем все більше росте кількість онлайн заказів, що обумовлює відкриття служб доставок та інтернет магазинів. Цей вид покупок набирає все більші обороти серед покупців. E-grocery (електронний продуктовий магазин) росте досить великими темпами. Здебільшого у покупця достатньо одноманітна продуктова корзина — 60–80 товарних позицій, які він постійно купує. Такий спосіб дає можливість автоматизувати покупки, що робить його найзручнішим способом споживання.

Звичайно, магазини за своєю площею стануть менше, та перейдуть у інший формат. На складах збиратиметься замовлення, та доставлятиметься до покупця. Такий вид покупок зменшить затрати власників на облаштування приміщення і підвищить швидкість здійснення покупок.

Також значне поширення отримує тенденція доставки готової їжі. Все більше росте кількість dark-kitchen, у яких їжа яка готується виключно для доставки. Зазвичай в таких приміщення обладнана тільки кухня. Потреба у готовій їжі призведе до розростання власних виробництв у рітейлових мережах, у тому числі і на торгових площадках.

Способи упаковки товару також будуть змінюватись. Внаслідок збільшення дистанційних покупок, продукти отримають новий простий еко-дизайн при збереженні якості продукту, зменшиться застосування барвників, що призведе до зниження ціни на базовий товар.

Основними трендами розвитку фізичних магазинів стануть [1]:

- зменшення торгової площі;
- збільшення складської площі за рахунок скорочення торгової;
- збільшення частки власного виробництва на площах магазинів;
- рітейл отримає в обмін на можливість торгувати розподіл соціального продуктового мінімуму;
- зміна упаковки;
- створення та розвиток систем електронного пошуку у фізичних магазинах;
- оптимізація постачання на основі штучного інтелекту;
- розширення зон для кас самообслуговування;
- розширення екосистеми рітейлерів.

Замовлення продуктів через онлайн-сервіси, зросло на 16 % за попередні шість місяців.

Найпопулярнішими товарами є чай, на який у середньому споживач витрачає 530 грн, і кава, з середнім чеком у 930 грн. Чималим попитом користуються також спеції та приправи, на які українці витрачають близько 400 гривень.

Споживачі активно купують горіхи із середнім чеком 630 гривень, шоколад і цукерки та різноманітні солодощі по 510 та 460 гривень відповідно.

У ТОП-10 потрапили і рибні консерви, на них українці витрачають близько п'яти сотень гривень. В таку ж суму виходять і замовлення соусів і маринадів. Затребувана серед покупців є і рослинна олія з середнім чеком у 490 гривень [2].

Суттєві зміни зараз відбуваються у системі закладів громадського харчування. Фахівці провели дослідження, порівнюючи кількість транзакцій у харчових бізнесах у лютому 2022 року (до повномасштабного вторгнення) та у лютому 2023 року. Дослідження ґрунтується на даних про продажі з понад 6000 ресторанів-клієнтів Poster — української IT-компанії, яка займається автоматизацією закладів громадського харчування і магазинів по всьому світу.

Згідно з дослідженням, у лютому кількість транзакцій у закладах громадського харчування Києва впала на 15 % порівняно з аналогічним періодом минулого року до повномасштабного вторгнення. А у Львові перевищила на 25% довоєнні показники у лютому.

Незважаючи на війну, майже в усіх регіонах заходу та центру країни кількість працюючих закладів зросла: на Закарпатті на 17 %, Кіровоградській області на 16 %, у Чернівецькій на 14 %, у Полтавській — на 3 %. Загалом зростання трафіку по Україні за рік склало +10 % [3].

Не дивлячись на те, що з початку війни українці відчули значне подорожчання цін на продукти харчування та товари першої необхідності, це ніяк не вплинуло на темпи відкриття нових закладів та ресторанів у період війни. Очевидно, що українці оптимізують свої споживчі звички та купівельну поведінку і пристосовуються до нових життєвих умов.

Джерела

1. Перспективы инвестирования в ритейл: куда движется розница?. InVenture: инвестиции, инвестирование, инвесторы в Украине | InVenture. URL: https://inventure.com.ua/analytics/articles/perspektivy-investirovaniya-v-ritejl:-kuda-dvizhetsya-roznica
2. За останні шість місяців замовлення продуктів харчування через онлайн сервіси зросло – дослідження – Ритейл в Україні. *Ритейл в Україні.* URL: https://ua-retail.com/2023/03/za-ostanni-shist-misyaciv-zamovlennya-produktiv-xarchuvannya-cherez-onlajn-servisi-zroslo-doslidzhennya/
3. Як змінилася відвідуваність закладів України за рік – Ритейл в Україні. *Ритейл в Україні.* URL: https://ua-retail.com/2023/02/yak-zminilasya-vidviduvanist-zakladiv-ukraïni-za-rik/

Науковий керівник: *В. Г. Гноєвий, канд. екон. наук, доц.*

Ю. М. ЗАВОЛОКА
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ВОЄННОГО ТА ПОСТВОЄННОГО ПЕРІОДУ

Повномасштабне вторгнення російської федерації в Україну, розпочате 24 лютого 2022 року, перевернуло звичний спосіб життя з ніг на голову та навчило всіх без винятку жити по-новому. Важливо те, що чимало сфер особистого, громадського та професійного життя не тільки змогли вистояти, а й адаптувалися до нової реальності, не винятком є й освіта.

Хоча українська система освіти зазнала багатьох трансформацій ще під час пандемії COVID-19, з початком повномасштабних воєнних дій вона опинилася перед новими викликами, які ніхто не очікував у XXI столітті.

На початку вторгнення, за рекомендацією Міністерства освіти і науки України, майже всі заклади вищої освіти тимчасово призупинили освітній процес, організувавши лише онлайн консультації, та перевели здобувачів вищої освіти в режим самонавчання. А деякі ЗВО, через значні артилерійські та авіаційні бомбардування та руйнування будівель, взагалі мусили змінити свої місця розташування.

Перед керівниками закладів вищої освіти постали питання, які до сьогодні ніхто не вирішував, а саме:

- як організувати освітній процес, коли частина викладачів та здобувачів вищої освіти масово вступали до лав Збройних сил України та територіальної оборони, а інша частина пішла працювати волонтерами;
- як зберегти й убезпечить життя та здоров'я учасників освітнього процесу, які опинилися в центрі бойових дій;
- як зберегти контингент здобувачів освіти при масовому переміщенні;
- як зберегти матеріально-технічну базу;
- як організувати та провести виробничу практику здобувачів випускних курсів;
- як провести безпечно вступну кампанію тощо.

Саме для вирішення всіх цих питань МОН України було розроблено низку рекомендацій щодо організації освітнього процесу в закладах професійної (професійно-технічної), фахової передвищої та вищої освіти в залежності від безпекової ситуації.

Сферу вищої освіти сміливо можна назвати однією з тих, на яку війна вплинула найбільше. Безпосередньо це стосується: інтернаціоналізації освіти (більшість ЗВО призупинили програми студентських й викладацьких обмінів); наукових досліджень (переглянули організацію науково-дослідної роботи, співпрацю з неакадемічними організаціями, які замовляють дослі-

дження, що не найкращим чином вплинуло на розвиток дослідницької роботи); законодавства (вносяться відповідні поправки в законодавство про освіту тощо); організації навчання (при переході на онлайн навчання більшість закладів вищої освіти посилили співпрацю один з одним, органами управління освітою, освітніми платформами та міжнародними організаціями щодо методичної підтримки використання цифрових інструментів в навчанні та ін.); фінансування (ЗВО зосереджені на найбільш ефективному використанні фінансових коштів для підтримки своєї стабільної роботи, розуміючи, що найближчим часом зменшиться кількість іноземних студентів, фінансування з боку держави, звернення до платних освітніх послуг через значне скорочення доходів населення тощо).

У зв'язку з цим можна зазначити, шо найбільш серйозним викликом для закладів вищої освіти під час повномасштабної військової агресії з боку російської федерації є зниження академічної мобільності, припинення деяких наукових досліджень, ослаблення партнерства.

Тому, для забезпечення належного реагування на виникаючі проблеми заклади вищої освіти повинні зосередитися на якості, актуальності та оперативності. Для цього необхідно відмовитися від традиційного способу планування й реалізації освітнього процесу та проводити інтенсивну роботу щодо формування нових форматів взаємодії з партнерами, розробку кризових планів спільно з партнерськими організаціями та збільшувати віртуальну мобільність.

Також, крім використання сучасних підходів до навчання, необхідно удосконалювати роботу щодо функціонування онлайн спільноти серед здобувачів, викладачів, адміністративних працівників, що сприяло б підвищенню якості освіти й зниженню стресу від соціальної ізоляції.

Базуючись саме на цих засадах можливо побачити зміни не тільки в освітньому процесі, а й у моделях навчання в сфері вищої освіти.

Джерела

1. Освіта України в умовах воєнного стану // *Інформаційно аналітичний збірник.* Київ 2022. с.358. URL: https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/serpneva-konferencia/2022/Mizhn.serpn.ped.nauk-prakt.konferentsiya/Inform-analityc.zbirn-Osvita.Ukrayiny.v.umovakh.voyennoho.stanu.22.08.2022.pdf (дата звернення 10.03.2023).
2. Про деякі питання організації роботи закладів фахової передвищої, вищої освіти на час воєнного стану: наказ МОН від 07.03.2022 № 235. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0235729-22#Text (дата звернення 10.03.2023).

В. І. ЗГОННИК
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ ЕТАПІВ ВИПОБНИЧОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В сучасних умовах виробничі підприємства України вимушені оптимізувати свою діяльність з метою мінімізації витрат, підвищення ефективності виробництва та отримання максимального економічного ефекту від виробничої діяльності. Одним із шляхів підвищення економічної ефективності діяльності є ефективне прийняття рішень на основі достовірного планування виробничої діяльності.

Можна виділити три рівні прийняття рішень під час планування виробництва [1]:

- консолідація потреб у продукції;
- організація взаємодії виконавців виробничих процесів;
- управління виконанням технологічних процесів.

Консолідація потреб у продукції: у рамках об'ємно-календарного планування формується прогнозний обсяг виробництва на певний часовий період, виконується оцінка здійсненності планів за ключовими ресурсами. Прогнозний обсяг випуску продукції уточнюється адресними запитами на вироби, які були безпосередньо оформлені замовленнями клієнтів.

Організація взаємодії виконавців виробничих процесів: з виробничої програми складається міжцеховий графік виробництва, який формує узгоджені за ресурсами завдання цехам випуск виробів.

Управління виконанням технологічних процесів: на цеховому рівні розробляються:

- поопераційні плани виконання технологічних процесів;
- розклад роботи робочих центрів;
- змінно-добові завдання працівникам.

Наступним етапом планування виробництва є актуалізація планів виробництва.

Оцінка здійсненності виробничих планів справедлива лише за збереження умов, у межах яких плани було складено (доступність ресурсів, графіки роботи підрозділів, відсутність відхилень у часі виконання операцій тощо. буд.).

Вплив зовнішніх та внутрішніх факторів на хід виконання виробничих процесів часто призводить до необхідності перегляду об'ємних та тимчасових показників випуску. У зв'язку з цим поряд із первинним складанням планів велика увага у виробничому плануванні приділяється питанням актуалізації планів (перепланування).

У разі необхідності вносяться зміни у виробничу програму. В рамках виробничої програми найчастіше розглядаються питання зміни термінів та обсягів випуску конкретних видів продукції, спричинені зовнішніми факторами.

Зміни попиту часом потребують оперативної реакції підприємства. Як правило, підприємство не може вплинути на зовнішні фактори, йому необхідно підлаштуватися з мінімальними втратами.

Прийняті у зв'язку з цим рішення про перегляд структури та обсягу випуску продукції можуть доводитись до підрозділів через коригування виробничої програми. Наприклад, виняток однієї актуалізації планів виробництва продукції компенсується випуском нових номенклатурних позицій.

Послідовно актуалізуються оперативні плани підрозділів виготовлення виробів. Керуюча дія ініціюється на верхніх рівнях і спускається до виконавців. Залежно від критеріїв оцінки наслідків та тривалості технологічних циклів визначається регламент внесення змін до виробничої програми (наприклад, раз на місяць) або коригування носить ситуаційний характер (зміни вносяться тільки при виникненні гострої необхідності в них) [2].

При коригуванні виробничої програми слід враховувати можливу зміну критичних значень фінансових показників підприємства. Рентабельність нової структури випуску потребує оцінки фахівців фінансово-економічних служб.

Також у разі необхідності проводиться коригування планів підрозділів. Відмови обладнання, відсутність необхідної оснастки та багато інших причин викликають збільшення тривалості виконання окремих виробничих завдань. Нерідко відхилення стають настільки великими, що порушують порядок виробництва, встановлений календарними планами виробництва.

На жаль, врегулювати ситуацію на рівні підрозділу вдається не завжди. У випадках, коли виникла проблема може істотно вплинути на роботу інших підрозділів або цехів, вона ескалується (переноситься для пошуку рішення) з підрозділу на міжцеховий рівень. Оперативний зворотний зв'язок від виконавців у виробництві до співробітників, які відповідають за планування, дозволяє виявити потенційні складності на ранніх стадіях та максимально згладити їх наслідки шляхом перерозподілу ресурсів та управління порядком виробництва окремих видів продукції.

У особливо складних випадках адміністративного ресурсу буває недостатньо, щоб знайти рішення. Тоді під загрозою виявляється виконання виробничої програми підприємства. Наприклад, відхилення технології обробки можуть стати причиною масової "забраковки" деталей.

Коригування міжцехового графіка виробництва та оперативних планів у підрозділах є ефективною та найбільш оперативною реакцією виробничих служб підприємства на зміну умов випуску продукції або на зміну попиту (замовлень) контрагентів підприємства.

Джерела

1. *Заіка Ю. А.* Концептуальна модель управління економічною поведінкою промислового підприємства // *Економічний простір*. 2016. № 113. С. 136–146.

2. *Домаскіна М. М. А., Кришталь Р. Б.* Методи прогнозування збуту продукції як фактор економічної безпеки підприємства // *Науковий вісник Миколаївського нац. ун-ту імені В. О. Сухомлинського*. Економічні науки. 2017. № 2. С. 78–82.

Науковий керівник: *А. Г. Єфременко, канд. екон. наук, доц.*

Д. М. ІВАНКО
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

СПЕЦИФІКА СОЦІАЛЬНОЇ РЕАБІЛІТАЦІЇ ОСІБ З ПСИХІЧНИМИ РОЗЛАДАМИ

Соціальна реабілітація осіб з психічними розладами є однією з найбільш актуальних та складних проблем, оскільки психічні захворювання мають суттєві соціальні наслідки, що проявляються в серйозних порушеннях соціальних зв'язків та відносин, соціальній дезадаптації та соціально-загрозливій поведінці тощо. Різноманітні аспекти даної проблеми та можливі шляхи її вирішення досліджувалися у працях Вінтоняк Д., Новохатської О., Ямпольської О., Луганської І., Кривоноса О., Костюченко С., Надь Б., Романів О. та багатьох інших.

Психосоціальна реабілітація — це процес, який полегшує людям з хронічними психічними захворюваннями досягнення оптимального рівня незалежного функціонування в суспільстві та покращення якості їхнього життя. Цей процес спрямований на покращення емоційних, соціальних та інтелектуальних навичок, необхідних для життя, навчання та роботи в суспільстві з найменшою кількістю професійної підтримки [2]. Численні дослідження специфіки провадження соціальної реабілітації осіб з психічними розладами свідчать, що ключовими характеристиками її успіху є:

1) Інтегрований догляд. Терапевтичний процес вимагає активного залучення багатьох фахівців (психіатрів, психологів, ерготерапевтів, консультантів, аутріч-спеціалістів, психіатричних соціальних працівників, лікарів тощо) та осіб, які здійснюють догляд за пацієнтами. Ця унікальна модель не лише забезпечує фармакологічне втручання та навчання навичкам, але й надає пацієнтам можливість соціальної та економічної інтеграції через професійну підготовку та працевлаштування, підвищує обізнаність членів сім'ї та громади щодо сприйняття людей з психічними захворюваннями [1].

2) Навички самостійного життя. Незалежне життя включає в себе продуктивність на роботі чи в навчанні, соціальні стосунки та сімейне життя [3]. Основним аспектом цього виміру є здатність піклуватися про свої особисті потреби та потреби в охороні здоров'я без сторонньої допомоги. Крім того, незалежне функціонування можна також визначити як управління власними ліками та грошима без регулярного нагляду [2].

3) Соціальне визнання. Люди з психічними захворюваннями стикаються зі стигмою та дискримінацією вдома, на роботі та в суспільстві протягом усього життя, що збільшує інтенсивність хвороби та затягує одужання. Постійна зайнятість пов'язана зі зменшенням психіатричних симптомів, витрат на охорону здоров'я та підвищенням рівня самооцінки і задоволеності. Робота відіграє важливу роль у процесі одужання, залучаючи людину до відчуття того, що вона може зробити свій внесок. Крім того, підтримка з боку сім'ї та членів громади підвищує впевненість у собі і дозволяє людям з психічними захворюваннями адаптуватися до нових викликів [2].

4) Комунікація, що змінює соціальну поведінку. Інформаційно-просвітницькі програми, спрямовані на зміну соціальної поведінки опікунів та членів сім'ї, ефективно сприяють прийняттю людей з психічними захворюваннями, тим самим зменшуючи стигму, пов'язану з психічними захворюваннями. Залучення членів сім'ї до процесу одужання через консультування також є одним з ключових факторів, що визначають їхнє позитивне ставлення до психічних захворювань [2].

5) Посилення існуючих послуг психосоціальної реабілітації. Навчання медичних працівників або волонтерів на рівні громади з питань психічного здоров'я може потенційно максимізувати ефективність лікування та реабілітації осіб з психічними захворюваннями [1].

Таким чином, інтеграція психосоціальної реабілітації в психіатричні служби та її зближення з іншими державними відомствами передбачає набагато більше, ніж зміни у ставленні фахівців у сфері психічного здоров'я, адміністраторів та менеджерів охорони здоров'я. Це вимагає багаторівневих системних змін, а також включення психосоціальної реабілітації в навчальну програму з питань психічного здоров'я. Подальші дослідження процесу одужання, прихильності до медикаментозного лікування, впливу психіатричної грамотності сім'ї та громади, дослідження якості життя з тривалою перспективою допомогли б поглибити знання та створити доказову базу щодо ефективності цієї програми. Важливим є вивчення доцільності надання реабілітаційних послуг людям, що живуть з психічними розладами, громадськими організаціями.

Джерела

1. *Khasnabis C., Heinicke Motsch K, Achu K.*, etc. Community-Based Rehabilitation: CBR Guidelines. Geneva: World Health Organization, 2010. URL: https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/ NBK310918/ (дата звернення: 12.03.2023).
2. Psychosocial rehabilitation of people living with mental illness: Lessons learned from community-based psychiatric rehabilitation centres in Gujarat. URL: https://journals.lww.com/jfmpc/Fulltext/2020/09020/ (дата звернення: 02.03.2023).
3. World Association for Psychosocial Rehabilitation. URL: www.wapr.info/wapr_bulletins.htm. (дата звернення: 10.03.2023).

Науковий керівник: *Г. А. Луканська, старший викладач*

Ю. Б. ІВАНОВ
д-р екон. наук, проф.

О. Ю. ІВАНОВА
д-р екон. наук, доц.,
Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України

ПОДАТКОВІ АСПЕКТИ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ НА ЕТАПІ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ

Наслідки кризи, спричиненої агресією Російської Федерації проти України значно підсилили достатньо високий рівень централізації фінансового управління, бюджетної та податкової політики. В результаті досягнення заявленої мети адміністративно-територіальної реформи — створення умов для саморозвитку об'єднаних територіальних громад на основі фінансової децентралізації — відсувається на майбутнє, що потребує внесення певних коригувань в державну фіскальну політику. Проведені дослідження податкової теорії та корпоративний аналіз кращих європейських практик реалізації регіональної податкової політики дозволяє сформулювати такі основні напрями її удосконалення в Україні з урахуванням завдань, що стоять на етапі післявоєнного відродження України:

- розширення функцій і прав органів місцевого самоврядування в сфері розробки та реалізації податкової політики;
- розширення спектру та збільшення кількості місцевих податків і зборів;
- удосконалення преференційної політики та врахування інтересів громад при встановленні податкових пільг за податками, закріпленими за місцевими бюджетами;
- перегляд державної політики підтримки самозайнятості та стимулювання розвитку малого бізнесу як економічної основи саморозвитку територіальних громад;
- підвищення ролі та збільшення питомої ваги майнових податків в структурі податкових надходжень.

Ситуація, що склалася к 2022 року в сфері прав та повноважень органів місцевого самоврядування в розробці та реалізації податкової політики не відповідала загальновизнаним принципам фіскального федералізму та підсилила тенденцію подальшої фіскальної централізації в період дії в Україні режиму воєнного стану.

Основною проблемою в цьому плані є те, що органи місцевого самоврядування позбавлені можливості вводити будь-які преференції щодо загальнодержавних податків і зборів, навіть в межах їх надходження до місцевих бюджетів. Така можливість залишається тільки відносно місцевих податків і

зборів, але їх перелік та вагомість як джерел фінансування місцевих бюджетів суттєво обмежені, починаючи з 2011–2012 рр. До того ж в ст. 4 Податкового кодексу України (ПКУ) жоден з принципів побудови податкового законодавства, на жаль, не зв'язаний з реалізацією фіскального федералізму. Тому необхідним уявляється повернення органам місцевого самоврядування права встановлювати пільги за тими податками, які поступають в місцеві бюджети та в межах цих надходжень.

Скорочення кількості місцевих податків та зборів до 4 при прийнятті ПКУ розглядалося як позитивний момент, з огляду на удосконалення структури податкової системи та спрощення податкового адміністрування. Такий підхід може бути певною мірою виправданим при централізованій моделі фіскальної політики, проте він суперечить принципам фіскального федералізму та європейській практиці. Справа в тім, що різні територіальні громади мають різну спеціалізацію, ресурсне забезпечення та структуру економіки. Тому чотири бази оподаткування не в змозі забезпечити достатні надходження для кожної громади, а кількість місцевих податків і зборів має бути збільшеною.

Прийняті в березні 2022 р. зміни щодо лібералізації оподаткування суттєво підсилили централізаційний тренд, оскільки передбачені пільги стосувалися перш за все спрощеної системи оподаткування та майнових податків, а єдиний податок та податок на нерухоме майно (який включає в себе й земельний податок) є основними джерелами бюджетних надходжень серед місцевих податків. Тому при обґрунтуванні преференційної політики слід враховувати можливі викривлення співвідношення доходів бюджетів різних рівнів.

Оскільки формування податкових надходжень місцевих бюджетів забезпечується податками від виробничо-господарської діяльності економічних агентів, розташованих на території відповідних громад, обов'язковою умовою саморозвитку останніх є стимулювання (в т. ч. й податкове) активізації підприємницької діяльності, створення нових робочих місць, зайнятості та самозайнятості. У зв'язку з цим, в умовах розвитку цифрових платформ, маркетплейсів та інших агрегаторів, на перший план висувається розвиток оподаткування самозайнятих фізичних осіб та цифрових послуг, що безперечно впливатиме на формування місцевих бюджетів.

Останньою з перелічених проблем в досліджуваній сфері є розвиток майнового оподаткування та підвищення питомої ваги цих податків в податкових надходженнях, що відповідає європейській практиці.

Реалізація розглянутих напрямів удосконалення податкової політики позитивно впливатиме на формування фіскальної децентралізації та створення необхідних умов для саморозвитку об'єднаних територіальних громад, що є особливо важливим на етапі післявоєнного відродження України.

А. В. ІВКО
Придніпровський інститут ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

УДОСКОНАЛЕННЯ ПІДХОДІВ ДО ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСНОГО ОПТИМАЛЬНОГО ПОКАЗНИКА СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Стрімкий розвиток економічної та управлінської наукової думки протягом останнього століття залишає невирішеним одне з найпроблемніших питань в управлінні підприємством, а саме — управління його структурою капіталу.

На сучасному етапі розвитку фінансово-економічна наука та практика пропонує три критерії оптимізації структури фінансового капіталу:

1. оптимізація структури фінансового капіталу з метою максимізації фінансової рентабельності;
2. оптимізація структури фінансового капіталу з метою мінімізації середньозваженої вартості капіталу;
3. оптимізація структури фінансового капіталу з метою мінімізації фінансових ризиків.

Загальновідомо, що ці критерії є взаємовиключними. З метою вирішення цієї проблеми автором у 2011 році було запропоновано використання комплексного показника оптимальної цільової структури капіталу підприємства (КПОЦСКП), який має таку принципову формулу:

$$\text{ОЦСФК} = \frac{\left\{\sum_{i=1}^{4} \text{ВК}_i \times \text{ПВ}_i\right\}}{\left\{\sum_{i=1}^{4} \text{ПК}_i \times \text{ПВ}_i\right\}},$$

де: ОЦСФК — оптимальна цільова структура фінансового капіталу підприємства, виражена відношенням власного і позикового капіталу; ВК_i — оптимальна питома вага власного капіталу в загальній структурі джерел фінансування підприємства; ПК_i — оптимальна питома вага позикового капіталу в загальній структурі джерел фінансування підприємства; ПВ_i — питома вага кожного критерію в інтегральній оцінці оптимальної цільової структури фінансового капіталу підприємства; i — кількість критеріїв оптимізації структури капіталу: максимізація фінансової рентабельності, мінімізація середньозваженої структури капіталу, мінімізація фінансового ризику та середньогалузева структура капіталу [1].

Тобто, пропонувалось впровадити використання зазначеного показника, який би інтегрував у собі всі загальновизнані критерії оптимізації та враховував би середньогалузеві значення структури капіталу.

Запропонований підхід (використання показника середньогалузевого значення) дістав свого подальшого розвитку у працях інших дослідників,

зокрема Беренда Н. І., Редзюк Т. Ю., Ворона К. В. [2], Домбровська С. О., Лапіна І. С. [3, с. 80–81] тощо.

В умовах сьогодення вважаємо за доцільне, як варіант, використовувати не середньогалузеве значення показника структури капіталу, а відповідні показники у підприємств-конкурентів лідерів галузі.

Інформаційною основою при цьому може бути інформація із відкритих джерел, зокрема: Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України [4], Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку [5]. Звісно інформація розміщена на зазначених ресурсах стосується лише емітентів цінних паперів. Однак, лідерами галузі при цьому, як правило, є підприємства, що мають саме таку форму організації бізнесу. В нагоді, як джерело відкритих даних, може стати Постанова КМУ № 835 [6].

Незважаючи, що зазначені вище системи обліку та розкриття інформації на фондовому ринку функціонують давно, лише до цього часу сформовано достатню кількість даних для проведення якісного ретроспективного аналізу структури капітали таких підприємств.

Як одним з перспективних напрямів подальшого розвитку удосконалення використання КПОЦСКП є використання середньогалузевих значень закордонних підприємств, як пропонують Домбровська С. О., Лапіна І. С. [3, с. 82], так і даних споріднених (за обсягами, закордонних конкурентів із відкритих ресурсів.

Джерела

1. *Івко А. В.* Комплексний показник оптимальної цільової структури капіталу підприємства // *Європейський вектор економічного розвитку*. 2011. № 2 (11). С. 105–110.
2. *Беренда Н. І., Редзюк Т. Ю., Ворона К. В.* Управління структурою капіталу підприємства // *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. Вип. 19. Ч. 1. С. 14–18.
3. *Домбровська С. О., Лапіна І. С.* Структура капіталу підприємства: сучасні проблеми та парадигма розвитку : монографія. Харків : Діса плюс, 2020. 256 с.
4. Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України. URL: https://smida.gov.ua/ (дата звернення: 16.03.2023).
5. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. URL: https://www.stockmarket.gov.ua/ (дата звернення: 16.03.2023).
6. Про затвердження Положення про набори даних, які підлягають оприлюдненню у формі відкритих даних : Постанова Кабінету Міністрів України від 21 жовтня 2015 р. № 835. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/835-2015-%D0%BF#Text (дата звернення: 16.03.2023).

О. Б. КАЛАМАН
д-р екон. наук, доц., Міжнародний гуманітарний університет

О. В. ДИШКАНТЮК
канд. техн. наук, доц., Міжнародний гуманітарний університет

К. В. ВЛАСЮК
старший викладач, Міжнародний гуманітарний університет

ПІДПРИЄМНИЦЬКИЙ ПОТЕНЦІАЛ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Конкуренція в сучасному діловому світі стає дедалі жорсткішою. Це відчувають на собі не лише великі компанії, але й малі та середні підприємства. Підприємства малого та середнього бізнесу є найбільш динамічними і найбільш вразливими у світовій економіці, проте такими, що відіграють важливу роль у підтримці економіки країни. Х. Хілл зазначає, що одна з ключових ролей в економічному розвитку досягається завдяки розвитку саме малого та середнього підприємництва. Вони, природньо, забезпечують роботою майже 60 % промислової робочої сили країни і виробляють до половини продукції сектору. Крім того, підприємства малого та середнього бізнесу роблять значний внесок у місцеву економіку [1].

Можна відзначити, що мале та середнє підприємництво є однією з опор економічного зростання багатьох країн, що розвиваються. Необхідно усвідомлювати, що наявність малого та середнього підприємництва як невід’ємної складової національного розвитку не можна ігнорувати. Підприємства малого та середнього бізнесу мають значний потенціал зростання, щоб у майбутньому стати великими компаніями. Деякі дослідники вважають, що однією з переваг підприємств малого та середнього бізнесу є їх відносна гнучкість порівняно з великими фірмами. Іншою їхньою характеристикою є високі темпи входження та виходу з ринку, що піднімає низку питань щодо їхньої ефективності та політики, яка може обмежити пов'язані з цим втрати ефективності [2].

Розвиток малого та середнього підприємництва продовжує демонструвати позитивну динаміку, зокрема, сільське господарство, гірничодобувна промисловість, переробна промисловість, електроенергетика, газопостачання, водопостачання, будівництво, торгівля, готелі, ресторани, транспортні комунікації, фінанси, лізинг та інші послуги. Однією зі сфер бізнесу, яка стрімко розвивається, є індустрія гостинності. Зокрема, на 01.11.2022 на території України діяло 5772 підприємство індустрії гостинності [3]. Незважаючи на те, що ця галузь має хороші перспективи, різні види впливу навколишнього середовища можуть впливати на цей бізнес, через те, що галузь є відкри-

тою та легкодоступною для конкурентів, а також через динамічно мінливе навколишнє середовище. Щоб подолати ці перешкоди, власники малого та середнього бізнесу індустрії гостинності повинні володіти різноманітними підприємницькими компетенціями.

Розуміння підприємницьких компетенцій в індустрії гостинності, можливостей та загроз, з якими вони стикаються, має сприяти підвищенню конкурентоспроможності, що дозволить підвищити конкурентоспроможність підприємств індустрії гостинності малого та середнього бізнесу. На основі багатьох досліджень, було визначено компетентності для успішного малого та середнього підприємництва в індустрії гостинності. Цей набір в першу чергу випливає з психології та бізнес-досліджень [4]. Успішні підприємці, які відносять свою діяльність до малого та середнього бізнесу в індустрії гостинності, звертаються до конкретних потреб чітко визначеної цільової групи клієнтів і мають здатність передбачати зміни на ринку, ґрунтуючись на своїй обізнаності потреб, бажань клієнтів, запланованої діяльності конкурентів. Креативність — це здатність приймати погляди з різних точок зору, бачити і випробовувати нові можливості на основі відкритих спостережень за змінами в зовнішньому середовищі. Гнучкість, нарешті, базується на здатності адаптуватися. Успішні підприємці, особливо в індустрії гостинності, реагують на зміни, які вони спостерігають у оточуючому середовищі, такі як нові потреби клієнтів або нових конкурентів на ринку готельно-ресторанних послуг [5]. Серед можливостей є, зокрема, економічне зростання міста, високий рівень суспільного споживання, сприятлива атмосфера суспільного споживання, сприятлива атмосфера для інвестицій, географічне розташування поруч із сусідніми країнами тощо. Окрім можливості зростати, як і будь-яка інша сфера бізнесу, малі та середні підприємства індустрії гостинності також стикаються з кількома викликами, такими як обмежений доступ до капіталу, сировини, інформаційних технологій, кваліфікованих людських ресурсів, маркетингу послуг, відсутність підтримки з боку уряду, валютний курс, високі відсоткові ставки тощо.

Джерела

1. *Hill H.* Small and Medium Enterprises: Old Policy Challenges for a New Administration, Asian Survey. 2001. Vol. 41. № 2. P. 248–70.
2. *Berry A., Rodriguez E., Sandee H.* Firm and Group Dynamics in the Small and Medium Enterprise Sector // *Small Business Economics*. 2002. Vol. 18. P. 141–61.
3. Державна служба статистики України: [Веб-сайт]. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 25.02.2023).
4. *Oosterbeek H., Praag M. C., IJsselstein A.* The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation // *European Economic Review*. 2010. Vol. 54(3). P. 442–454.
5. *Каламан О. Б., Дишкантюк О. В., Власюк К. В.* Дефініція сутності менеджменту маркетингових комунікацій на підприємствах готельно-ресторанного господарства // *Економічний простір*. 2022. № 182. С. 65–72.

С. В. КАЛАНТАЄВСЬКА
ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПРИ ВИКОРИСТАННІ МОДЕЛІ ВИРОБНИЦТВА “ПО ЗАМОВЛЕННЮ”

Особлива увага в моделі “Виробництво під замовлення” приділяється часу виконання клієнтського замовлення — з моменту його отримання до відвантаження продукції. Воно визначається тривалістю виробничого циклу випуску продукції. Додатково збільшує термін виконання замовлення цільове, під замовлення, придбання матеріалів.

При порівнянній якості і ціні на продукцію шанси на отримання замовлення вище у виробника, який може забезпечити відвантаження виробів в найбільш короткі терміни. Добитися скорочення термінів виробництва можна технологічними і/або організаційними методами.

Вдосконалення технології виготовлення здатне дати виграш не лише в термінах виробництва, але і підвищити якість продукції.

Організаційні методи спираються на можливості існуючого технологічного процесу і дозволяють скоротити терміни виготовлення за рахунок раціональнішої організації робіт. Об’єктом управління виступає час виконання окремих переділів випуску продукції.

Порівнюючи терміни готовності продукції до відвантаження для моделей “Виробництво на склад” і “Виробництво під замовлення”, можна визначити зону пошуку оптимального рішення для організації виробництва.

Виробництво типових комплектуючих, уніфікованих вузлів дозволяє випускати тільки ті види комплектації продукції, які необхідні у даному випадку. Мінімізований ризик затоварювання складів неходовими комплектаціями готової продукції.

Безпосередньо процес монтажу, що формує основну ринкову вартість продукту, зазвичай займає нетривалий час, і до його виконання можна приступити тільки після отримання конкретного замовлення клієнта. Ця модель організації виробництва дістала назву “Складання під замовлення”.

Модель “Складання під замовлення” є різновидом моделі “Виробництво під замовлення”, оптимізованого по термінах постачання готової продукції. Використання моделі “Складання під замовлення” дає підприємству додаткову перевагу в конкурентній боротьбі за покупця у вигляді коротшого терміну відвантаження продукції після отримання замовлення [1].

Маючи в розпорядженні статистичні дані про об’єми реалізації продукції, можна розрахувати потребу в типових комплектуючих і підтримувати їх запас на складі.

Виробництво комплектуючих для створення складських запасів (заділів) виконується по моделі “Виробництво на склад”. Типові комплектуючі,

стандартизовані вироби мають альтернативність використання. Вона зберігається до моменту їх застосування в процесі виготовлення конкретної продукції. Щоб підкреслити альтернативність подальшого застосування стандартизованих деталей, для складу їх зберігання можна використати поняття "Магазин напівфабрикатів". В якості "покупців" у ньому виступають отримані замовлення клієнтів.

Клієнтські замовлення визначають конкретний варіант продукції, який необхідно виготовити. Маючи в розпорядженні інформацію про структуру виробів, після отримання замовлення можна зарезервувати під його виконання в "магазині напівфабрикатів" необхідний склад типових комплектуючих і стандартизованих деталей. Вони передаватимуться у виробництво за необхідності, але готовність до застосування для деталей визначається заздалегідь. Це дає певні гарантії дотримання встановлених термінів складання продукції і виключення несподіваного дефіциту деталей. "Магазин напівфабрикатів" виступає буфером між двома різнорідними в частині оптимального управління процесами виробництва: виготовленням комплектуючих і складанням готової продукції. Переваги використання "магазину напівфабрикатів" [2]:

- висока готовність до випуску необхідної конфігурації продукції — найбільш тривала за часом виконання частина виробництва — випуск комплектуючих — виконана заздалегідь;
- гарантія віддачі від вже вкладених у виробництво ресурсів — дозволяє безболісно реагувати на незначні коливання попиту, використовуючи комплектуючі для складання тільки затребуваних видів продукції.

Поняття "Магазин напівфабрикатів" можна використати для усіх видів комплектуючих, що виготовляються з розрахунку на виконання майбутніх замовлень клієнтів. За своєю суттю комплектуючі, представлені в "магазині напівфабрикатів", є частиною виробничих заділів. При цьому чітке їх виділення дозволяє підкреслити високу готовність таких заділів до використання і альтернативність застосування (окрім участі у виробництві деталі можуть відвантажуватися стороннім споживачам як запасні частини).

Джерела

1. *Глівенко С. В.* Економічне прогнозування : навч. посіб. / С. В. Глівенко, М. О. Соколов, О. М. Теліженко. Суми : Університетська книга, 2014. 207 с.
2. *Грабовецький Б. Є.* Економічне прогнозування та планування : навч. посіб. К. : Центр навчальної літератури, 2011. 188 с.

Науковий керівник: *В. Г. Гноєвий, канд. екон. наук, доц.*

О. В. КАЛАШНИК
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ ПІДПРИЄМСТВА

Український ринок товарів перебуває у процесі постійної трансформації, а розвиток економіки надає величезні потенційні можливості його розвитку. Стратегія просування продукту як одна з найважливіших стратегій також має великий потенціал для розвитку підприємства і має змінюватися відповідно до змін економічного середовища.

Просування товару представляє собою комплекс дій, який реалізується маркетинговим підрозділом підприємства у взаємодії з посередниками та безпосередніми продавцями щодо забезпечення певного рівня продажів, реалізації завдань збільшення частки ринку та стимулювання попиту, який є набагато масштабнішим та ресурсомістким видом діяльності порівняно із звичайним збутом товарів [1].

До вказаного ряду заходів, призначенням яких є реалізація функції просування товару, відноситься комплекс дій, спрямованих на дослідження кон'юнктури ринку. Зокрема, мова йде про сегментацію ринку, що дозволяє виокремити саме ту його частину, яка є найбільш перспективною з точки зору присутності компанії на ній та подальшої роботи з нею.

Подальша деталізація подібного дослідження передбачає визначення цільової аудиторії з усієї маси покупців, формування образу «свого» покупця, виділення притаманних йому характерних рис, визначення його споживчих схильностей, настроїв та вимог. Формування такого образу покупця дозволяє компанії розробити ефективний комплекс дій, спрямований на просування свого товару у цільовий сегмент ринку. Подібний комплекс дій передбачає у тому числі розробку та популяризацію власного бренду, проведення рекламної кампанії, організацію промоушн-акцій та ін.

Ця діяльність передбачає використання різноманітних каналів комунікацій, які є найбільш оптимальними для утворення контакту з потенційними споживачами, розробку брендової та функціональної упаковки, фірмове оформлення торгових залів, поширення безкоштовних зразків товару, розробку систем утримання покупців шляхом стимулювання повторних покупок та застосування акційних пропозицій, бонусних систем, дисконтних карт та ін. Розроблювана стратегія просування товару повинна будуватись на основі аналізу динаміки кон'юнктури ринку, і відповідно мати можливість адаптації та корегування відповідно до поточної стару ринку.

Стратегія просування передбачає позиціонування торгової марки та створення системи інтегрованих маркетингових комунікацій. Можна стверджувати, що комплекс маркетингових робіт з розробки стратегії просування повинен включати характеристику цільового сегмента, методів і прийомів

позиціонування,визначення структури бренду, вибір каналів маркетингових комунікацій та медіа план.

Стратегія просування товару на ринку включає: стратегію диференціювання і позиціонування; PR-стратегію; GR-стратегію; рекламну стратегію; маркетингову стратегію; товарну стратегію; стратегію ціноутворення; стратегію розповсюдження; корпоративну стратегію; стратегію бізнес-одиниць; стратегію бренду [2].

Для визначення стратегії просування товарів найістотнішими є наступні обставини. Перш за все, відзначимо суттєву відмінність платоспроможності населення у великих містах країни та на решті її території, що зумовлює надмірну диференціацію населення за рівнем доходів (середній розмір доходів забезпечених людей приблизно у 10–12 разів перевищує доходи набагато чисельнішої групи малозабезпечених). Іншою особливістю є наявність значних відмінностей у технічному та технологічному розвитку підприємств, їх рівнів фінансової стійкості та рентабельності.

Окремі стратегії просування продукту можуть суперечити одна одній, а їх ознаки можуть принципово відрізнятися. Наприклад, ознака покращення платоспроможності споживачів хоч і діє завжди, але враховуються по різному. Частина підприємств вважають цю ознаку основним стимулом подальшого нарощування обсягів продажу, а інші продовжують щорічно збільшувати свій обсяг виробництва незалежно від стану платоспроможності населення.

Таким чином, збільшення уваги компаній до питання створення та просування товару дозволить забезпечити їх конкурентні переваги у визначеному сегмента споживачів та сформувати образ їх торгових марок, що є необхідною умовою стійкого становища фірми на ринку та подальшого їх успішного функціонування як господарської одиниці.

Джерела

1. *Полторак В. А., Тараненко І. В., Красовська О. Ю.* Маркетингові дослідження: навч. посіб. 3-тє вид., перероб. та допов. К.: Центр учбової літератури, 2014. 342 с.
2. *Ковальчук Н. А., Бранатан Н. П.* Принципи інтегрованих маркетингових комунікацій виробничо-торговельних підприємств // *Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ. Журнал Науковий огляд.* Вінниця. 2016. № 10. С. 4–7.

Науковий керівник: *В. Г. Гноєвий, канд. екон. наук, доц.*

А. М. КАПУСТА
Придніпровський інститут ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

АНАЛІТИКА ДАНИХ ЯК НЕВІД’ЄМНА ЧАСТИНА МАРКЕТИНГУ

Аналітика даних стає все більш невід’ємнішою частиною маркетингу у зв’язку зі зростаючою конкуренцією на ринку і зростаючою вимогою до ефективності маркетингових кампаній. За допомогою аналітики даних маркетологи можуть отримати цінну інформацію про своїх споживачів, їхні вподобання та поведінку, що дає змогу створювати більш ефективні та персоналізовані маркетингові стратегії.

Аналітика даних дає змогу маркетологам збирати, аналізувати та інтерпретувати дані про своїх споживачів, зокрема історію покупок, демографічні дані, місцезнаходження та багато іншого. Ця інформація дає змогу маркетологам точніше визначити свою цільову аудиторію, зрозуміти, які продукти або послуги користуються найбільшим попитом, і створювати більш персоналізовані кампанії, які розв’язують проблеми і задовольняють потреби їхніх споживачів. [1]

Існує декілька методів, які дають змогу отримати інформацію. Вибір способів маркетингового дослідження та аналізу має ґрунтуватися на цілях його проведення. Тобто керівник компанії повинен розуміти, для чого збирається інформація і які саме дані важливо отримати. Основні напрямки вивчення ринку поділяються на загальні та маркетингові.

Для проведення аналітики даних у маркетингу використовуються різні інструменти, такі як Google Analytics, Adobe Analytics, SEMRush, Ahrefs, Hubspot та інші. Вони дають змогу збирати дані про трафік на сайті, конверсію, поведінку користувачів, взаємодію з контентом, а також про багато інших параметрів [2].

Аналітика даних дає змогу маркетологам оптимізувати свої кампанії та виявляти помилки на ранніх стадіях, що допомагає економити бюджет і збільшувати ефективність маркетингових стратегій. За допомогою аналітики даних маркетологи можуть також виявляти недоліки в продукті або послузі, що може призвести до поліпшення якості та задоволеності клієнтів. Загалом, аналітика даних допомагає маркетологам краще розуміти своїх клієнтів і ринок, що є важливим фактором у конкурентній боротьбі. Без використання аналітики даних, маркетологи можуть просто вгадувати, які стратегії та канали можуть бути ефективними, що може призвести до неефективного використання бюджету і недосягнення бізнес-цілей.

Крім того, аналітика даних дає змогу маркетологам вимірювати результативність своїх кампаній, відстежувати ROI (коефіцієнт повернення вкладених інвестицій, який відображає, наскільки успішним і прибутковим є

бізнес-проект) та аналізувати ефективність кожного каналу маркетингу. Це допомагає їм оптимізувати свої кампанії та ухвалювати більш усвідомлені рішення в майбутньому.

Таким чином, аналітика даних є невід'ємною частиною маркетингу, що дає змогу маркетологам створювати більш ефективні та персоналізовані кампанії, оптимізувати свої маркетингові стратегії та збільшувати ROI своїх кампаній. Аналітика даних дає змогу оцінити результати проведених маркетингових кампаній та ухвалювати обґрунтовані рішення. За її допомогою можна визначити, які маркетингові канали приносять найбільший дохід, які аудиторії найсприйнятливіші до маркетингових акцій, які продукти або послуги найпопулярніші серед споживачів.

Джерела

1. URL: https://chat.openai.com/
2. URL: https://pirogov.marketing/analiz-rynka-kak-neotemlemaya-chast-prodvizheniya/

Науковий керівник: *В. Г. Гноєвий, канд. екон. наук, доц.*

О. А. КАРАЇМ

канд. екон. наук, доц.,
Волинський національний університет імені Лесі Українки

ЗЕЛЕНА ЕКОНОМІКА В АСПЕКТІ СТАЛОГО ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Війна в Україні залишає важкі наслідки для як для людей, так і для навколишнього середовища. Після закінчення воєнного конфлікту найважливішим завданням повинне стати стале відновлення постраждалих регіонів, щоб повернути людям достойний економічний, соціальний та екологічний рівень життя. У сучасних умовах з метою досягнення сталого розвитку все більшої уваги набуває концепція зеленої економіки. Тому, повоєнне відновлення регіонів України на засадах зеленої економіки є досить актуальним.

Зелена економіка — це економічна система, яка забезпечує зростання економіки, проте при цьому не шкодить навколишньому середовищу та забезпечує його відновлення. Зелена економіка базується на трьох основних принципах: економічної ефективності, соціальної справедливості та екологічної стійкості [1].

Однією з основних переваг зеленої економіки є можливість створення нових робочих місць та збільшення доходів населення, що є важливим у повоєнному відновленні регіонів. Наприклад, інвестиції у альтернативну, зокре-

ма, сонячну енергетику можуть сприяти створенню нових робочих місць у виробництві та обслуговуванні сонячних панелей, а також зниженню витрат на енергоспоживання для мешканців регіону, розвиток екологічно орієнтованого бізнесу, такого як екологічний туризм та ін.

Другим важливим принципом зеленої економіки є соціальна справедливість. Це означає, що економічний розвиток повинен забезпечуватися у такий спосіб, щоб він був доступним і корисним для всіх людей, зокрема тих, хто постраждав унаслідок війни. Це може включати інвестиції у соціальну інфраструктуру, таку як школи, лікарні та соціальні служби, а також забезпечення рівних можливостей для всіх жителів регіону.

Що стосується екологічної стійкості, то впровадження зеленої економіки у повоєнному відновленні регіонів може сприяти забезпеченню сталого розвитку через впровадження маловідходних та безвідходних виробництв, а також виробництв із замкнутим циклом та низьким рівнем викидів [2]. Необхідним є збільшення ефективності використання ресурсів та інші заходи.

Загалом застосування принципів зеленої економіки виступає дієвим механізмом відновлення сталого розвитку, проте, щоб досягти цих цілей, необхідно ретельно планувати та реалізовувати зелені ініціативи, залучати широку громадськість до процесу та співпрацювати із владними, державними та приватними організаціями.

Зелена економіка може стати ключовим чинником сталого повоєнного відновлення регіонів, проте вона потребує комплексного підходу. Необхідно також забезпечити соціальну та політичну стабільність у регіонах, зміцнювати міжнародне співробітництво та сприяти міжкультурному діалогу. Лише таким чином можна створити сталі перспективи для майбутніх поколінь.

Важливим у даному напрямку є вивчення та впровадження міжнародного досвіду. Для прикладу, у країнах Європейського Союзу, збереження навколишнього середовища та стандарти зеленої економіки відіграють досить важливу роль у соціально-економічному розвитку. Окрім традиційної політики захисту навколишнього середовища, увага приділяється економічній модернізації, яка передбачає екологічно чисте управління ресурсами навколишнього середовища, що сприяє гармонійному соціальному, екологічному та економічному розвитку. У Програмі розвитку сільських територій зроблено акцент на агроеколого-кліматичні заходи та органічне землеробство, що має важливе значення для досягнення цілей сталого розвитку сільського господарства. Політика зеленої економіки отримує фінансову підтримку в рамках політики регіонального розвитку ЄС [3].

Загалом зелену економіку можна розглядати як комплекс принципів, цілей і дій, що включають дотримання засад сталого розвитку, раціональне використання природного та соціального капіталу, створення зелених робочих місць та боротьбу з бідністю, що є надзвичайно актуальним у кризовий період спричинений війною.

Отже, зелена економіка може стати важливим інструментом сталого повоєнного відновлення регіонів. Вона сприятиме врівноваженому економічному, соціальному та екологічному розвитку, підвищенню якості життя людей.

Проте, для досягнення цих цілей необхідно ретельно планувати та реалізовувати зелені наміри та дії, забезпечуючи державну та міжнародну підтримку, а також співпрацю із громадськістю.

Джерела

1. *Parkin S., Sommer F., Uren S.* Sustainable development: understanding the concept and practical challenge. Proceedings of the Institution of Civil Engineers-Engineering Sustainability. Thomas Telford Ltd, 2003. Т. 156. №. 1. С. 19–26.
2. *Barbier E.* How is the global green new deal going? // *Nature*. 2010. № 464. P. 832–833.
3. *Jezierska-Thöle A., Gwiazdzinska-Goraj M., Dudzinska M.* Environmental, Social, and Economic Aspects of the Green Economy in Polish Rural Areas – A Spatial Analysis // *Energies*. 2022. № 15. P. 3332. https://doi.org/10.3390/ en15093332.

Л. А. КАЧУР

ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІК, АНАЛІЗ І АУДИТ НАДХОДЖЕННЯ І ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Здійснення підприємствами своєї виробничо-господарської діяльності передбачає активне використання товарно-виробничих запасів, які виступають найбільш вагомою та важливою частиною майна підприємства. Вони займають домінуючі позиції у складі активів підприємств різних сфер діяльності (складають переважаючу частину їх оборотних активів) та особливе місце у структурі витрат, що зумовлює їх істотний вплив на фінансові результати господарської діяльності підприємства.

З позиції ефективного здійснення своєї діяльності для визначальним є розуміння руху інформаційних потоків між підрозділами підприємства, і, зокрема, облікових документів. З огляду на громіздкість та інформаційну насиченість цих потоків для їх систематизації, упорядкування та полегшення подальшої аналітичної обробки доцільним виглядає використання програмного продукту MS Visio. Його застосування дозволяє виокремлювати потоки облікових документів окремих структурних підрозділів з метою, що значно спрощує аналіз облікової інформації.

Також, можна оптимізувати облік виробничих запасів шляхом вдосконалення облікових регістрів, накопичувальних документів, карток складського обліку шляхом попередньої виписку документів, що супроводжують рух сировини і матеріалів за допомогою комп'ютерних бухгалтерських програм. Зокрема, оформлення відпуску матеріалів у виробництво можна на основі встанов-

леного ліміту в картках складського обліку з обов'язковою вимогою підпису особи, яка одержує цінності.

З метою більш точного розподілу відхилення у вартості матеріалів необхідно проводити класифікацію матеріалів за напрямами їх витрат. При цьому доцільно здійснювати їх розподіл пропорційно натуральним показникам, адже частина відхилень відображається у об'ємному або масовому вимірі. Крім того, проведення деталізації субрахунків, на яких обліковуються виробничі запаси, допоможе спростити процес отримання інформації щодо ефективності їх використання у виробничому процесі.

З огляду на те, що від ефективності формування виробничих запасів залежить ефективність виробничої діяльності підприємства, пропонується ряд заходів на кожному етапі процесу обліку і контролю організації постачання сировини і матеріалів. Зокрема, мова йде про впровадження реєстру постачальників виробничих запасів, після чого здійснюється вибір постачальників, з якими укладаються контракти на їх постачання. Після доставки необхідний вхідний контроль якості отриманої сировини та матеріалів. Така облікова схема дозволить підвищити ефективність внутрішнього контролю за управлінськими рішеннями та виконанням договорів на постачання, зумовить надходження тільки якісної сировини та забезпечить проміжний контроль за формуванням виробничих витрат.

Таким чином, реалізація вказаних заходів, спрямованих на удосконалення процесу обліку запасів, дозволить суттєво підвищити ефективність господарської діяльності підприємства, дозволить з більшою продуктивністю та меншою трудомісткістю організувати виконання контрольно-облікового забезпечення відстеження наявності, руху та використання виробничих запасів, забезпечити їх економію, а, також, допоможе спростити та оптимізувати весь обліковий процес.

Джерела

1. *Капітанець Ю. О.* Розробка конкурентної стратегії підприємства як суб'єкта ринкової економіки // *Науковий збірник Буковинської державної фінансової академії* : зб. наук. пр. Вип. 9 : Економічні науки. Чернівці, 2014. С. 306–315.
2. Управління фінансовою безпекою економічних суб'єктів : навч. посіб. / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. С. Фролова ; [С. Фролов, О. Козьменко, А. Бойко та ін.]. Суми : ДВНЗ "УАБС НБУ", 2015. 332 с.

Науковий керівник: *А. Г. Єфременко, канд. екон. наук, доц.*

Д. І. КЛЄВЦОВ
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ ЯК ЗАПОРУКА ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

Розвиток сучасного світу ґрунтується на прогресі в науково-технологічній та інноваційній сферах. Чим швидше відбувається розвиток науки і технологій, тим більше це впливає на розвиток економіки. Тема науково-технологічного розвитку та імпортозаміщення стає все більш актуальною у сучасному світі. Це пов'язано з тим, що науково-технологічний розвиток та імпортозаміщення є засобами забезпечення сталого розвитку економік. На сучасному розвитку одним з ключових факторів економічного зростання та розвитку рівня добробуту населення у багатьох індустріальних країнах є науково-технологічний прогрес (НТП).

Науково-технічний прогрес активно впливає на всі економічні процеси у державі, забезпечуючи цим або економічне зростання, або, навпаки, економічний спад. Вплив НТП на економічне зростання очевидний:

НТП дозволяє покращити технічний стан галузей промисловості, а також економіки загалом за рахунок підвищення продуктивності праці, збільшення обсягів виробництва та скорочення часу виробничого циклу;

Сучасні технології також відкривають можливості для зниження вартості товарів, за допомогою яких виробник може створювати додану вартість, що приносить вигоді самому собі, а потім і країні;

Науково-технічний прогрес проявляється також у галузі управління, у підготовці висококваліфікованих спеціалістів.

Науково-технічний прогрес сприяє добробуту всього суспільства, забезпечуючи його сучасними технічними новинками, інструментами та інноваціями у сфері надання послуг тощо.

Таким чином, науково-технічний прогрес має велике значення і роль у всій економічній системі держави, а головне сприяє зростанню економіки, що приносить багато позитивних моментів, здатних розвивати країну в усіх напрямках [1].

Одним із важливих факторів, що впливають на економіку, є імпортозаміщення. Імпортозаміщення — це заміщення товарів, що імпортуються з-за кордону, товарами, що виробляються всередині країни. Економісти виділяють кілька типів імпортозаміщення.

1. Інноваційне імпортозаміщення, пов'язане з підвищенням якості вітчизняної продукції або зниженням витрат виробництва.

2. Примусове імпортозаміщення, яке пов'язане зі зниженням якості та зростанням цін.

3. Запобіжне імпортозаміщення, пов'язане, як правило, з погіршенням взаємозв'язків між країнами.

Початок проведення політики імпортозаміщення у країнах Латинської Америки пов'язаний з 1930 рр. та Великою депресією, коли різко впав попит на сировинні товари вітчизняного виробництва. Останніми роками експорт цих країн становить половину від суми товарообігу. Близько 50 % товарів, що експортуються, становлять нафтопродукти. Завдяки запасам продуктів нафти країни Латинської Америки можуть підтримувати зростання та стійкість економіки та не залежати більшою мірою від інших країн.

Найбільшого успіху у реалізації політики імпортозаміщення досягли країни Східної Азії. Програма імпортозаміщення реалізовувалася шляхом розширення старих виробництв та становлення нових галузей з їх подальшою модернізацією. У багатьох країнах понад 50 % товарообігу посідає експорт товарів.

Імпортозаміщення в Україні розпочалося після кризи 1998 року. У 1990-х роках відбулося дворазове падіння промислового виробництва в результаті розвалу системи виробничих зв'язків, що існували в СРСР.

З 2017-го по 2021-й імпорт товарів в Україну зріс із 36,6 млрд дол. до 54 млрд дол., або на 48 %. Майже 3/4 його припадає на продукцію машино- та приладобудування, паливно-енергетичного комплексу та хімічної промисловості [2].

Міністерство з питань стратегічних галузей промисловості розробило Стратегію державної політики у сфері імпортозаміщення та диверсифікації поставок з імпорту товарів та послуг для потреб стратегічних галузей промисловості до 2030 року [3].

Результатом впровадження Стратегії імпортозаміщення має стати посилення позицій вітчизняних товарів на ринках збуту у вигляді застосування технологічної модернізації виробництва, стимулювання його ефективності. В результаті передбачається перехід від виробництва простої продукції до високотехнологічної шляхом підвищення рівня розвитку технологій та виробництва.

Джерела

1. *Хахула Б. В.* Інновації, як чинник прискорення науково-технічного прогресу в аграрному секторі України // *Агросвіт*. 2022. № 9–10. С. 79–85.
2. Статистичний збірник URL: http://www.ukrstat.org/uk/operativ/ operativ2022/tz/tranz/tranz_u/tranz0413_u.htm.
3. Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-%D1%80#Text (дата звернення: 28.04.2022).

Науковий керівник: *М. В. Сідненко, старший викладач*

А. О. КОВАЛЬ
студентка 3 курсу спеціальності "Міжнародне право",
Державний торговельно-економічний університет, м. Київ

ХВИЛЯ ВИМУШЕНОЇ МІГРАЦІЇ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО РЕГІОНУ ЧЕРЕЗ ВІЙНУ В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ ТА НАСЛІДКИ

Повномасштабне вторгнення Російської Федерації докорінно змінило ситуацію не тільки на території України, але й в світі загалом. Оскільки глобалізація тісно пов'язала економіки різних держав, то як наслідок, конфлікт такого масштабу в одній країні спричинив ланцюгову реакцію і для всіх інших. Війна в Україні завдала серйозного удару економічним системам низці країн, особливо тих, які були тісно товарно та фінансово пов'язані з Україною та Росією. Крім цього, відбулося різке уповільнення глобального зростання, збільшення інфляції та рівня бідності. Також, відчутні зміни сталися в глобально політичній сфері. Окремої уваги вимагає питання вимушеної міграції мільйонів українських громадян за кордон.

Вимушена міграція — це зміна місця проживання на певний час або назавжди усупереч бажанням людей, до якої спонукають, війни, переслідування, голод, стихійні лиха. Управління Верховного комісара ООН у справах біженців офіційно визначає поняття "вимушена міграція" як вимушене переміщення (міграцію), що має місце, коли окремі особи та громади були змушені втекти або залишити свої домівки чи місця постійного проживання внаслідок або для того, щоб уникнути таких подій чи ситуацій, як збройний конфлікт, загальне насильство, порушення прав людини, природні чи техногенні катастрофи [1]. За даними УВКБ ООН станом на лютий 2023 року в Європі було зареєстровано понад 8 мільйонів біженців з України, з яких 4,8 мільйона були зареєстровані для тимчасового захисту або аналогічних національних схем захисту. Більше 5 мільйонів осіб, які вважаються переміщеними всередині України [2]. Найбільше статусів тимчасового захисту біженцям з України — майже 1,5 млн — надала Польща, ще понад 1 млн — Німеччина і приблизно 450 тис — Чехія. Понад 100 тис українців зареєстровано також в Італії, Іспанії, Болгарії, Великобританії та Франції [3]. Перебуваючи за кордоном більшій частині біженців доводиться сильно економити, тим не менш вже зараз можна сміливо сказати, що витрати українців позитивно вплинули на економіки країн їхнього перебування. Особливо це відчувається у сфері роздрібної торгівлі. В перші місяці війни та на початку основної хвилі міграції більшість осіб витрачали саме свої українські заощадження, адже сподівались на швидке повернення додому. Цим вони пожвавлювали споживчий попит і підтримували економічну активність європейських країн в яких вони перебували. Проте, це тривало недовго, українці почали працев-

лаштовуватись, оскільки стало зрозуміло, що швидкого закінчення конфлікту не буде. Наслідком цього стало збільшення робочої сили ЄС, зростання конкуренції на ринках праці, а сплачені українцями податки в деяких країнах вже окупили витрати виділенні на підтримку біженців.

Попри позитивні ефекти присутності українських мігрантів є й пов'язані з ними виклики. Це вже згадані витрати на програми з підтримки, проблеми розміщення такої кількості осіб та невдоволення певних верств населення у приймаючих країнах. Вимушена українська міграційна криза не має аналогів і значно перевершує міграцію за всі останні роки, а тому деякі країни не були готові до такого. Уряди таких держав не змогли одразу організувати ефективну політику у відповідь на реалії, що призвело до проблем, як для тимчасово переміщених осіб на території цієї країни, так і для самої країни.

Отже, спричинена війною хвиля вимушеної міграції сильно повиплива на Європейський регіон, на окремі держави та на різні соціально-економічні процеси в них.

Джерела

1. Forced and Unlawful Displacement URL: https://www.unhcr.org/4794b2d52.pdf (дата звернення 18.03.2023).
2. Сайт УВКБ ООН URL: https://www.unhcr.org/ukraine-emergency.html(дата звернення 18.03.2023).
3. “Чому на Україну чекає масштабна демографічна криза”. URL: https://biz.censor.net/r3401947(дата звернення 18.03.2023).

Науковий керівник: *Хміль Оксана Олександрівна*

Д. А. КОЗИНЕЦЬ

ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ B2B

Інтернет-маркетинг — це сфера маркетингу, завдання якої реалізується за допомогою можливостей, що надаються мережею інтернет. При цьому мета діяльності у цій сфері, як і у традиційному маркетингу, спрямована на просування та надання продукту або послуги покупцям та управління взаємовідносинами з ними з вигодою для організації, аналіз ринку споживачів та конкурентів, а також на досягнення інших маркетингових цілей.

Маркетинг в інтернеті більшою мірою спрямований на імідж, репутацію компанії. На даний момент потенційний споживач продукту або послуг компанії може обґрунтовувати свій вибір не тільки за запропонованими умовами

та описом продукту, але й на основі досвіду спілкування з іншими споживачами. Поширені різні тематичні форуми та блоги, де користувачі можуть залишити відгуки про компанію чи продукт. Важливо працювати з репутацією бренду, щоб потенційні покупці не створювали негативні відгуки.

Особливість B2B-маркетингу обумовлюється особливостями самого ринку B2B, знаючи які можна побудувати ефективну маркетингову кампанію у мережі інтернет. Особливість інтернет-маркетингу в секторі B2B полягає у його споживачах. Виходячи з цього, визначається важливість їхнього аналізу.

На ринку B2B кількість людей, які приймають рішення про конкретну угоду (ОПР — особи, які приймають рішення), є більшою, ніж на ринку B2C, що робить її складнішою, тому варто знати, хто саме приймає рішення, щоб скоротити цикл угоди. Також варто враховувати раціональність у прийнятті рішення і більше спиратися на характеристики товару, а не емоції від його покупки. У спеціалізованих сегментах ринку (наприклад, продаж верстатів) покупцям може бути потрібне технічне пояснення та підтвердження характеристик товару. Негативний ефект від покупки на ринку B2B може скластися через невідповідність очікування і реальності.

Виділимо найбільш популярні тренди розвитку B2B-маркетингу в інтернеті. Перш за все, виділимо зростання популярності віртуальних заходів. Перевагою даного тренду є більш широке охоплення аудиторії та спікерів, порівняно з офлайн зустрічами. При проведенні онлайн заходів скорочуються видатки на логістику, кейтеринг, оренду приміщення. У той же час основним та важливим (для сектора B2B) недоліком цієї форми комунікації є відсутність особистих контактів [1].

Іншим трендом є використання Account-Baced Marketing (ABM). Принцип роботи ABM полягає у роботі з ключовими групами споживачів. Саме з тими небагатьма, які приносять 80 % прибутку. У цьому випадку стратегія спрямована на забезпечення оптимального управління процесу комунікації з цими клієнтами.

Також, відзначимо популярність використання соціальної мережі LinkedIn. На цій платформі представлена значна частина представників різного бізнесу. Знайти та вийти на контакт із ОПР тут простіше, ніж у Instagram чи Facebook [2].

Серед найбільш популярних інструментів інтернет-маркетингу, які використовують у B2B виділимо контент-маркетинг, контекстну та таргетовану рекламу, SMM, SEO. Вибір каналів та інструментів інтернет-маркетингу залежить від цілей компанії, її діяльності та цільової аудиторії. Ще одним важливим фактором є бюджет організації, адже, якісь інструменти дорогі, наприклад, VR/AR-технології, а інші не вимагають великих вкладень і при цьому не поступаються їм за рівнем ефективності.

Розуміння уподобань покупців щодо споживання та взаємодії з інформацією дозволяє визначити, використання яких інструментів інтернет-маркетингу найкраще відповідатиме меті обслуговування клієнтів, та дозволить обрати найбільш ефективну стратегію маркетингу.

Джерела

1. *Мавріду В. Ю.* Інтернет-технології в маркетинговій діяльності підприємства // *Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції*. 2016. № 22 (11). С. 39–42.
2. *Рубан В. В.* Сучасні інструменти цифрового маркетингу // *Вісник ХДУ. Серія "Економічні науки"*. 2018. Т. 1. № 30. С. 143–146.

Науковий керівник: *В. Г. Гноєвий, канд. екон. наук, доц.*

Д. С. КОЛЕЙКО

Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У СОЦІАЛЬНІЙ РОБОТІ З МОЛОДДЮ

Молодь є не лише стратегічним ресурсом розвитку суспільства, генератором інноваційних ідей та носієм нових видів діяльності, а й суб'єктом та об'єктом молодіжної політики та її окремих видів.

Соціальна робота з молоддю є цілісною системою, що включає об'єкти, суб'єкти, засоби, управління, зміст, а також завдання і цілі. Головні завдання соціальної роботи з молодими людьми полягають у наступному [1]:

- розвиток потенціалу та мислення молодого покоління;
- розкриття творчих здібностей;
- формування своїх можливостей та способи їх здійснення;
- адаптація молодого покоління у соціальному середовищі.

Інноваційний підхід у соціальній роботі з молоддю відображає характеристику результату цілеспрямованої діяльності спеціаліста щодо досягнення поставленої мети. Цільовим компонентом для розвитку інновацій у соціальній роботі є вдосконалення правових, соціально-економічних та організаційних умов для успішної самореалізації молоді, спрямованих на розкриття її потенціалу, сприяння успішній інтеграції молоді у суспільство та підвищенню її ролі у житті країни. У результаті реалізації інноваційних технологій цілі соціальної роботи з молоддю реалізуються не відразу, а шляхом вирішення більш дрібних завдань. Необхідно підкреслити, що цілі, завдання та зміст соціальної роботи з молоддю мають виходити від реальних потреб молодих людей у соціальних послугах. Орієнтована на потреби молоді, соціальна робота все частіше застосовує новаторські підходи у своїй діяльності.

Інноваційна закордонна практика показує, що головне для молоді — це створення атмосфери взаємодовіри, коли підтримка фахівця із соціальної роботи націлена на те, щоб навчити молоду людину керувати своїм життям, розвиватися. Інноваційна практика соціальної роботи з молоддю за кордоном показує, що створення мережі державних будинків для молоді (Фінлян-

дія) сприяє підтримці безпечного середовища для молодих людей, де вони можуть знайти собі заняття з інтересів. Тут практикуються такі форми соціальної роботи з молоддю: консультування, тренінги, спортивні секції, заняття в клубах.

Інновації в соціальній роботі, як правило, оперативно відповідають на запити, потреби молоді, і насамперед соціально вразливої її частини. Під інноваційними технологіями соціальної роботи з молоддю можна розуміти інноваційну діяльність, внаслідок якої створюються та матеріалізуються нововведення суспільства, ініціативи, що викликають якісні зміни у різних сферах життя молодого покоління, раціональне використання матеріальних, економічних та соціальних ресурсів.

Інноваційні технології соціальної роботи з молоддю будуть потрібні, якщо вони розробляються з урахуванням критеріїв, до яких можна віднести [2]:

- задоволення соціальних потреб молодої людини;
- практичне застосування інновації для вирішення проблеми молодої людини;
- соціальна ефективність, що відбиває вплив запровадження інновацій підвищення рівня життя молоді;
- функціональна ефективність, що виявляється у ступені досягнення основних цілей соціальної роботи з молоддю;
- економічна ефективність, що характеризує рівень витратності ресурсів виробництва інноваційних соціальних послуг;
- інноваційно-інформаційна ефективність, покликана відображати ступінь новизни застосовуваних у соціальній службі техніки та технологій;
- ступінь участі фахівців з роботи з молоддю в інноваційному процесі: їх згуртованість, ступінь включеності керівника в управління інноваційним процесом, делегування працівникам права приймати ключові рішення, їх навчання.

Таким чином, інноваційні технології соціальної роботи виступають, перш за все, як важливий елемент та результат людської творчості, спрямований на покращення механізму, підвищення ефективності та якості праці, суспільного виробництва, сталого соціально-економічного розвитку країни. Різні інноваційні проекти, програми, технології, створені задля розв'язання соціальних проблем можуть бути створені як на державному, так і на регіональному рівнях. Як приклад можна навести використання соціального туризму, як технології соціокультурної реабілітації молодих інвалідів.

Джерела

1. *Овчарова В.* Соціальна робота з молоддю та молодіжна робота в сучасній Україні. Соціальна робота: становлення, перспективи, розвиток // Матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф., 5–6 червня 2020 р.; Львів: ЛДУ БЖД, 2020. С. 154–160.
2. *Ясточкіна І. А.* Інноваційні соціальні технології у роботі з дітьми та молоддю // *Науковий вісник ужгородського університету. Серія: "педагогіка. соціальна робота"*. 2021. Вип. 2 (49). С. 245–248.

Науковий керівник: *М. В. Сідненко, старший викладач*

А. С. КОЛЄСНІЧЕНКО
Національний технічний університет “Харківський політехнічний інститут”

БЮДЖЕТНО-ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ДЕРЖАВНИМИ ФІНАНСАМИ

Аналогічно паливу, яке призводить у дію двигун будь-якого технічного устрою, фінанси виступають ресурсом, що забезпечує роботу всього механізму державного управління. Ця специфічна державна машина оперує широкою палітрою інститутів, структур, відносин, інтересів, транзакцій, тощо. При цьому, з одного боку, має бути забезпечено виконання взятих державою на себе функцій на принципах транспарентності та раціональності, а з іншого, — гарантування сталого соціально-економічного розвитку. Умови реалізації системи державного управління в значній мірі залежать від ступеня активності ринкових відносин, глобалізаційної залученості країни, рівня міжнародної конкуренції, домінантів споживчих відносин, зростаючої соціальної мобільності [1, с. 49].

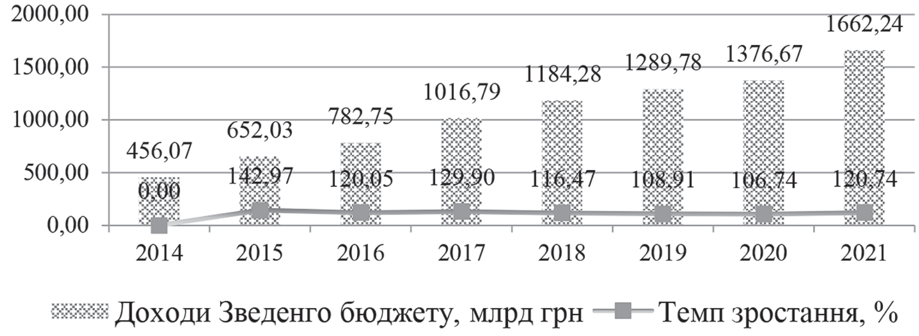
Слід зауважити, що в окремих випадках зазначені аспекти можуть виступати не лише факторами впливу, а бути обмеженнями в процесі сприяння розвитку національної економіки та підвищення якості суспільних благ. Тобто, актуалізується питання щодо більш грунтовного вивчення бюджетно-податкового інструментарію в управлінні державниим фінансами.

Для наочної оцінки результатів бюджетно-податкової політики в сучасних умовах необхідно розглянути динаміку зміни доходів Зведеного бюджету. Аналіз обсягів доходів Зведеного бюджету України протягом 2014–2021 рр. дозволяє зробити висновок про наявний зростаючий тренд. Так, протягом останніх 7 років вони зросли з 456,07 млрд грн до 1662,24 млрд грн, або у 3,6 рази. Однак, темпи зростання доходної частини суттєво зменшуються. Якщо до 2018 року доходи зростали на 30–40 % щороку, то після 2018 р. цей показник коливається в межах 8–21 %. Фактично це свідчить про наявність суттєвих проблем у бюджетно-податковій політиці, яка здійснювалась у цей період, та про необхідність оперативних коригувань (див. рис.).

Сучасні проблеми реалізації бюджетно-податкової політики, а також напрями її удосконалення вивчають такі вітчизняні і зарубіжні науковці: О. М. Десятнюк, А. І. Крисоватий, І. Г. Лук’яненко, В. М. Мельник, Н. В. Панченко [2], Т. В. Поснова [3], А. М. Соколовська, І. Я. Чугунов та ін. Однак, ряд питань залишаються не вирішеними.

Бюджетно-податкова політика виступає засобом мобілізації і використання фінансових ресурсів держави.

Налагоджений механізм її удосконалення дозволяє забезпечити високі показники національної економіки, а саме: фінансування структурної перебудови та стимулювання розвитку пріоритетних секторів економіки, забез-



Динаміка доходів Зведеного бюджету України
Джерело: побудовано автором на основі даних НБУ

печення соціальної підтримки найменш захищених верств населення, тощо [2, с. 101].

Крім соціально-економічної ролі, важливо дослідити фіскальну функцію в межах державного управління фінансами. При цьому, зростає необхідність здійснення постійного контролю для забезпечення функціональної збалансованості бюджетно-податкової політики. Реалізація фіскальної функції має, з одного боку, враховувати необхідність стимулювання внутрішньої економічної активності, робити акцент на завданнях структурного регулювання, а, з іншого — триматися поставлених стратегічних орієнтирів та збереження потенціалу довгострокового економічного зростання [3, с. 73].

Таким чином, бюджетно-податкова політика потребує гнучкого реагування на сучасні виклики на всіх рівнях державного управління, що сприятиме підтримці національної економіки, підвищенню ефективності соціально-економічних процесів та механізмів використання державних коштів, а також стратегічному розвитку.

Джерела

1. *Хомутенко А. В.* Державний контроль ефективності управління державними фінансами України // *Економіка та держава* № 2. 2020. С. 48–56.
2. *Панченко Н. В.* Бюджетно-податкова політика в умовах економічних перетворень // *Наукові записки НаУКМА. Економічні науки*. 5(1), 101–106.
3. *Поснова Т. В., Циганкова С. Л.* Особливості здійснення бюджетно-податкової політики та шляхи її вдосконалення // *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 3. С. 71–75.

Л. В. КОМАР
старший викладач,
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ОСОБЛИВОСТІ АСИМІЛЯЦІЇ СЛІВ ІНШОМОВНОГО ПОХОДЖЕННЯ В ЛЕКСИЧНІЙ СИСТЕМІ МОВИ-РЕЦИПІЄНТА

Запозичення є одним з продуктивних засобів поповнення словникового складу мови. Основною причиною запозичення іншомовної лексики носіями будь-якої мови є необхідність назвати нові реалії та поняття з різних аспектів життя країни-джерела [5, с. 208]. У загальному визначенні запозичення розглядають як перехід елементів однієї мови до лексичної системи іншої мови [3, с. 31].

Слова іншомовного походження можна класифікувати за їхнім відношенням до мови-джерела та ступенем засвоєння в мові-реципієнті [6, с. 137]. Таким чином, розрізняють *повні* запозичення, яким притаманна фономорфемна форма мови-джерела, та *відносні*, що відображають повну або часткову віддаленість від прототипу [1, с. 24–25]. Деякі запозичені лексичні одиниці можуть займати посереднє місце між чужомовними словами та повністю асимільованими (засвоєними) запозиченнями. Згідно цього підходу запозичення класифікуються таким чином: *повністю асимільовані іншомовні слова; інтернаціональна лексика; екзотизми; варваризми; ксенізми; гібридні слова іншомовного походження* [6, с. 138].

Запозичення також класифікуються згідно спорідненості джерела запозичень: *споріднені запозичення* (із спільної мовної групи) та *іншомовні запозичення* (з мов іншої мовної системи). Наприклад, до споріднених запозичень в англійській мові належать іншомовні слова із германських мов. *Семантичні запозичення* виникають у випадках, коли запозичується лише нове значення і воно додається до наявного слова в мові-реципієнті [2, с. 213–214].

Типологію досліджуваних лексичних запозичень на матеріалі сучасної англійської мови представлено в табл.

Типологія лексичних запозичень в сучасній англійській мові

№ пор.	Класифікаційна ознака запозиченої лексики	Види запозичень	Приклади запозичень
1	Спорідненість джерела запозичень	1.1 Запозичення з германських мов	*zeitgeist* (нім.)
		1.2 Іншомовні запозичення	*pizza* (іт.)
2	Аспект запозичення іншомовного слова	2.1 Семантичні, фонетичні запозичення, кальки	*caravan* (перс.)
		2.2 Запозичення словотвірних елементів: гібридні запозичення	*chocoholic* (лат.)

3	Ступінь асиміляції іншомовної лексики	3.1 Повністю асимільовані запозичення / інтернаціоналізми	*camera* (лат.)
		3.2 Частково асимільовані запозичення: 3.2.1 Варваризми/іншомовні вкраплення; 3.2.2 Екзотизми/ксенізми	*ikebana* (яп.)

Процес переходу запозиченого слова до лексичної системи мови-реципієнта складається з декількох етапів: *етап інновації*, або первісного вживання слова в контексті мови-реципієнта; *етап оказіоналізму*, коли слово набуває поширення серед відносно незначної кількості мовців; та *етап неологізму*, коли словом користується більшість носіїв мови-реципієнта [4, с. 20].

Джерела

1. *Амосова Н. Н.* Этимологические основы словарного состава современного английского языка. М. : Изд-во иностр. лит., 1963. 218 с.
2. *Арнольд И. В.* Лексикология современного английского языка. М. : Изд-во лит-ры на иностр. языке, 1986. 317 с.
3. *Бондарчук Л. Й.* Слова іншомовного походження в економічній терміносистемі англійської мови // *Наукова спадщина професора Ю. О. Жлуктенка та сучасне мовознавство*. 2000. С. 31–34.
4. *Голдованський Я. А.* Етапи розвитку слів іншомовного походження в лексичній системі мови-реципієнта // *Іноземна філологія*. 1983. Вип. 69. С. 17–21.
5. *Журавлёва Т. А.* Особенности терминологической номинации : монография. Донецк : АООТ Торговый дом “Донбасс”, 1998. 253 с.
6. *Шхалахо С. Ш.* Некоторые вопросы теории заимствования // *Филологический вестник Адыгейского университета*. 2000. № 2. С. 137–140.

А. О. КОНДРАТЕНКО

студентка бакалаврату, 2 курс, 15 група,
факультет економіки, менеджменту та психології,
Державний торговельно-економічний університет

РОЛЬ МІГРАЦІЇ РОБОЧОЇ СИЛИ У СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ В УМОВАХ ВІЙНИ

Зважаючи на сучасні реалії, війна є однією з головних причин міграції робочої сили з одного регіону в інший. Повномасштабна війна в Україні є складним і небезпечним фактором, що призвів до руйнування і знищення інфраструктури та економіки країни, а також є безпосередньою загрозою для

життя та здоров'я громадян. Це змусило багатьох українців емігрувати за кордон у пошуках безпеки та кращих умов проживання.

У межах країни умови війни також спонукали частину робочої сили до переїзду з небезпечних регіонів до більш безпечних. Це призвело до міграції великої кількості людей та значного впливу на розвиток регіонів, зокрема на ринок праці, сферу соціальних послуг, економіку та інші сфери.

Згідно зі звітом Міжнародної організації з міграції, понад 8 мільйонів людей були переміщені всередині України. В основному це масове внутрішнє переміщення людей з регіонів, які тимчасово окуповані або де тривають активні бойові дії, призвело до зміни демографічного складу деяких областей України, зокрема на сході та півдні.

Значна кількість українців, особливо молодих та кваліфікованих працівників, емігрували до інших країн під час війни в Україні. матиме певний негативний вплив на економіку країни, оскільки втрата кваліфікованих кадрів може знизити рівень конкурентоспроможності регіонів та підприємств.

За даними Управління верховного комісара ООН у справах біженців (UNHCR), статус тимчасового захисту у країнах Європи до 3 січня 2023 року отримали близько 4,9 млн українських біженців. Це близько 1 % від населення країн Євросоюзу. Найбільше українців прийняли Польща, Німеччина та Чехія.

Крім того, не лише громадяни, а й підприємства змінили своє місцезнаходження під час війни. Велика небезпека в певних регіонах України стала причиною перенесення підприємства до іншого місця, де умови для бізнесу будуть сприятливіші. Таке переміщення може призвести до розвитку одних регіонах та до складної ситуації в інших, де підприємства втратили свої виробничі потужності.

Зважаючи на пошкодження та навіть знищення інфраструктури й підприємств під час війни, в деяких випадках повернення громадян до деяких регіонів неможливе. В майбутньому це може створити труднощі для соціально-економічного відновлення цих регіонів.

В результаті повномасштабної війни, майже всі галузі економіки на території України зазнали значних труднощів у роботі. Однак, економічна активність триває у регіонах, які не були залучені до бойових дій, а також відновлена в деяких деокупованих областях. На жаль, економічна активність дуже впала на сході та заході країни, де підприємства припинили роботу через консервацію, банкрутство, їх пошкодження або зруйнування.

Якщо підприємство продовжує працювати, але працівник, оцінюючи ризики безпеки, переїжджає в інший регіон, то він може втратити свій дохід або навіть роботу. Лише невелика частина переміщених людей може працювати віддалено. Як наслідок, багато ВПО опинилися у ситуації повної або часткової втрати доходу, або ж у загрозі його втрати в майбутньому.

Висновок полягає в тому, що війна в Україні спричинила масштабну міграцію робочої сили та підприємств, змінила демографічний склад окремих регіонів та вплинула на розвиток ринку праці, економіки та соціальних послуг. Незважаючи на те, що міграція може мати негативний вплив на еко-

номіку України через втрату кваліфікованих кадрів, це водночас може бути можливістю для розвитку економіки тих регіонів, куди мігранти переїжджають. У будь-якому випадку, війна завжди має негативний вплив на громадян та економіку країни.

Джерела

1. *Вінокуров Я.* Українські мігранти підіймають економіку Європи. Що буде з Україною без них?. *Українська правда.* URL: https://www.epravda.com.ua/publications/2023/01/10/695807/.
2. Мін-во освіти і науки України. Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара. *Трудова міграція в контексті глобалізації та євроінтеграції України.* URL: https://www.dnu.dp.ua/docs/ndc/konkyrs_stud/ES_19_20/robotu/4.pdf.

І. Р. КОРНІЄНКО

ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ІНТЕГРАЦІЯ КОМПАНІЙ У ГЛОБАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА

Глобальні ланцюжки доданої вартості (ГЛДВ) є результатом розвитку міжнародного поділу праці. ГЛДВ стали активно розвиватися в сімдесяті роки XX століття, що стало реакцією у відповідь транснаціональних компаній (ТНК) на зміни, що відбуваються у світовій економіці. Розвиток ГЛДВ призвів до формування нової парадигми у розвитку світової торгівлі. Розміщення виробничих потужностей ТНК у різних країнах призвело до суттєвого зростання торгівлі проміжними товарами та послугами. Саме ГЛДВ стали основним інструментом поглиблення процесів глобалізації в сучасній світовій економіці та підключення країн, що розвиваються, до міжнародного виробництва. Процес розвитку ГЛДВ активно триває і на сучасному етапі, підключаючи виробників більшої кількості країн до міжнародного виробництва і дуже серйозно впливає на розвиток національних економік.

У зв'язку з цим є актуальним розглянути основні наслідки розвитку цього процесу для його учасників. В умовах функціонування та розвитку ГЛДВ особливої уваги з боку урядів розвинутих країн вимагають наступні напрямки діяльності [1]:

- постійне вдосконалення національної інноваційної системи;
- створення умов для прискореного розвитку високотехнологічних наукомістких галузей задля збереження конкурентоспроможності національних компаній;

- збільшення асигнувань та інша підтримка освітніх систем для формування в країні компетенцій, необхідних для забезпечення конкурентоспроможності роботи національних кадрів у верхніх ланках глобальних ланцюжків;
- постійне вдосконалення та спрощення ділової практики при здійсненні митних та фінансових операцій;
- захист інтересів національного бізнесу за межами національної юрисдикції, включаючи вироблення відповідних торгових режимів.

Отже, формування ГЛДВ зміцнює економічні можливості країн базування ТНК, при цьому ставить перед урядами та діловими колами досить великі завдання розвитку постіндустріальної структури економіки та технологічного зростання. У той же час, найбільший вплив ГЛДВ здійснюють на економіки, які займаються виробництвом в рамках ланцюжка, а це у багатьох випадках країни, що розвиваються. Тобто підключення до ГЛДВ створює суттєві можливості для країн з точки зору прискорення економічного зростання та якісного розвитку їх економіки.

Розгляд можливостей, ризиків та завдань, що виникають в основних учасників ГЛДВ, дозволяє зробити висновки про те, що співробітництво в рамках глобальних виробничих ланцюжків є новою формою організації міжнародної торгівлі та вигідно для всіх учасників міжнародного поділу праці. Сучасний глобальний економічний простір відрізняється тим, що на його арену виходять нові суб'єкти, гравці — інвестиційно-відтворювальний процес. Він спочатку є інтернаціоналізованим. Після виходу компаній на зовнішній ринок багато хто з них трансформувався в мережеві компанії і став міжнародним, наднаціональним, глобальним.

Під інтернаціоналізацією діяльності підприємств можна розуміти процес винесення частини ділової активності та її окремих відтворювальних ланок, осередків (географічно розосереджених, але взаємопов'язаних у єдиному комплексі з виробництва продукту/послуги) за межі (за економічні межі) національних економічних структур на основі використання комплексу різних форм зовнішньоекономічної діяльності з метою повноцінного функціонування у глобальному економічному просторі, який спрямований на підключення чи самостійне формування глобальної мережі.

Сутність інтернаціоналізації полягає у інтеграції компаній у існуючі глобальні мережі. Така теоретична концепція інтернаціоналізації, що вважає інтеграцію у глобальні мережеві структури сучасною формою інтернаціоналізації, істотно змінює стратегію зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Існуючі підходи до визначення частки участі держави у ГЛДВ показують, що їх частина не представляє сформованої системи. Економетричні розрахунки проводяться з похибкою через відсутність необхідних нових даних. Крім того, існує досить багато розбіжностей щодо теорії та зроблених на її основі висновків. Тому аналіз розвитку ГЛДВ ще потребує вдосконалення. Аналіз сучасного етапу розвитку світової економіки показав, що посилення ролі глобальних ланцюжків створення доданої вартості впливає на стратегію

зовнішньоекономічної діяльності як на рівні країни, так і на рівні окремих підприємств [2].

Тобто ми можемо збільшувати обсяг експорту не тільки за рахунок збільшення масштабу, а і за рахунок підвищення його якості, а саме:

- отримання в рамках експортних контрактів стратегічного ефекту;
- формування бренду національних продуктів;
- участі у формуванні інформаційної бази;
- участі у торгівлі проміжними комплектуючими товарами.

Отже, з'являється можливість підвищити ефективність розробки стратегії зовнішньоекономічної діяльності окремого підприємства. Нова модель стратегії заснована на об'єднанні максимальних зусиль підприємств для створення великого готового продукту та вихід із цим продуктом на світовий ринок, а також збільшення випуску товару з високою доданою вартістю.

Джерела

1. *Кравцова І. В.* Методика дослідження глобальних ланцюгів створення вартості // *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент.* 2016. Вип. 16. С. 39-45. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2016_16_10.
2. *Черних О. В.* Особливості формування доданої вартості продукції на промислових підприємствах (Науково-доповідна записка). Інститут економіки промисловості НАН України. Київ-Краматорськ. 2017. 34 с.

Науковий керівник: *М. В. Сідненко, старший викладач*

О. О. КОРНІЄНКО

М. В. СІДНЕНКО

ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Мотивація співробітників є одним із найважливіших елементів, які визначають ефективність процесу управління людськими ресурсами. При цьому формування та вдосконалення ефективної системи мотивації належить до непростих завдань для будь-якої організації, яка бажає досягти успіху.

Правильно зрозуміла керівником, якісно організована та професійно впроваджена система мотивації може призвести до дуже хороших фінансових результатів у найкоротший термін. Вона є найпотужнішим двигуном, який піднімає компанію на щабель вище — через значне зниження витрат на підбір та адаптацію персоналу (при зменшенні плинності кадрів компа-

нії) і, насамперед, через посилення ефективності роботи всього колективу загалом.

До факторів, що впливають на ефективність працівників, не слід ставитися як до чогось незмінного, даного раз і назавжди. На них треба впливати, їх треба змінювати. Якщо організація поставила собі завдання підвищення ефективності роботи персоналу, то безпосередній керівник може вплинути на значну частину кожної групи чинників.

Система мотивації — динамічна система, яка постійно аналізується і у яку для збереження ефективності варто регулярно вносити оновлення [1].

При впровадженні нової системи мотивації слід враховувати, що це такий комплекс заходів, який необхідно застосовувати у строго визначеному порядку. Проблема мотивації персоналу полягає у розробці заходів, які забезпечать оптимальне врахування інтересів як працівників, так і роботодавців, що є одним із основних завдань системи управління персоналом.

Систему слід впроваджувати поетапно, а не одночасно, щоб співробітники мали час адаптуватися до змін і оцінити зміни. Етапи, які необхідно пройти для успішного покращення робочого клімату: аналіз мотивації співробітників на підприємстві у вигляді анонімного анкетування, виявлення проблеми та пошук методів її вирішення; складання цільового плану заходів та способів впровадження новинок, що проводиться у тісній співпраці з персоналом; відстеження поведінки та впливу на співробітників у процесі мотивуючих заходів; впровадження та вдосконалення нематеріальних методів стимулювання персоналу за допомогою переконання; розробка системи премій, заохочень та інших винагород, отримуючи які співробітник починає ефективніше працювати.

Умовою правильної роботи системи менеджменту якості є турбота кожного учасника про постійне її вдосконалення та розвиток.

Мотивація співробітників — це легко реалізуємий та економічний засіб створення робочої атмосфери. Визнання та похвала навряд чи вимагають бюджету. Проте створити оптимальну робочу атмосферу не так просто, особливо коли самооцінка та зовнішнє сприйняття менеджерів розходяться. Насамперед має з'явитися гарний стиль керівництва.

Перший крок — особисте спілкування зі співробітниками. Якщо ви знаєте, що ними рухає і що потрібно вашій компанії, ви можете почати в правильному місці. Співпраця з персоналом найбільш ефективно у випадках, коли керівництво здатне вислуховувати конструктивну критику, видає винагороду в обумовлені терміни, демонструє на власному прикладі правильність заходів та проводить навчальні тренінги. Прозорі рішення та чіткі корпоративні цінності зміцнюють зв'язок між мотивованими співробітниками та компанією.

Таким чином, відданість і задоволеність співробітників стають ключовим компонентом, що забезпечує розвиток.

У сучасній концепції управління персоналом на перший план стали виходити соціально-психологічні методи менеджменту, використання яких спрямовано на зміну погляду на роль особистості людини, яка з простого виконавця праці перетворюється на важливий ресурс підприємства, його ін-

телектуальний капітал. Співробітники сьогодні — найцінніший ресурс компанії. Втрата кваліфікованого співробітника може позбавити компанію конкурентної переваги, а отже, і переваг у конкурентній боротьбі [2].

Якщо виходити з того, що праця є особливим видом діяльності людини, а діяльність має свідомий та перетворювальний характеру і обумовлена дією мотивів людини, то виникає необхідність постійного вдосконалення системи мотивації та стимулювання трудової діяльності.

Ключовим завданням є створення такої системи стимулювання, яка зберігала б незмінну прихильність співробітників до виконуваної роботи, на реалізацію певних цілей, а також надихала співробітників до розвитку.

Виділимо основні ефективні підходи удосконалення системи мотивації:

1. Експертна оцінка. Контроль є важливою частиною управління, необхідно проводити аналіз роботи співробітників та усувати негативні фактори, що впливають на результат діяльності;
2. Справедлива оплата праці та преміювання;
3. Удосконалення системи адаптації молодих працівників;
4. Формування соціального пакета;
5. Створення комфортного та згуртованого середовища на підприємстві;
6. Навчання персоналу та можливість кар'єрного зростання;
7. Гейміфікація.
8. Знаходження балансу між роботою та особистим життям співробітника.

Ефективність управління організацією великою мірою залежить від стану і дієвості системи мотивації їх працівників. Ефективна система, що безпосередньо впливає на внутрішню мотивацію співробітника, має враховувати такі елементи, як сприйняття світу, характер, інтереси, враження, світогляд, управління якістю [3].

Таким чином, ефективна система стимулювання та мотивації працівників підприємства є важливим фактором підвищення продуктивності праці та, як наслідок, фінансових результатів діяльності підприємства. При цьому розробка та вдосконалення системи мотивації персоналу мають бути націлені на детальний аналіз та облік мотиваційних пріоритетів кожної із категорій працівників. Оптимальне та адресне співвідношення матеріальних та нематеріальних методів мотивації для різних категорій персоналу є основою для побудови ефективної системи стимулювання працівників.

Джерела

1. *Васюта В. Б., Бульбаха Л. І.* Мотивація праці персоналу на підприємстві в сучасних умовах господарювання // *Ефективна економіка*. 2016. № 6.
2. *Харун О. А.* Класифікація методів управління трудовим потенціалом промислових підприємств // *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. Вип. 10. Ч. 2. 2016. С. 121–125.
5. *Маляренко А. В.* Удосконалення системи мотивації персоналу організації // *International scientific e-journal ΛΌГОΣ. ONLINE. Economics*. № 10 (June, 2020).

Д. В. КОРОБКО
ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНА ДІЯЛЬНІСТЬ: СУТНІСТЬ, ЗАВДАННЯ І МЕТОДИ РЕГУЛЮВАННЯ

В сучасних умовах зовнішньоекономічна діяльність є важливим елементом формування структури, динаміки і стабільності національної економіки. Сьогодні немає такої країни в світі, яка зможе розвиватися без ефективної системи економічних відносин, що дозволяють інтегруватися в світову економіку.

Зовнішньоторговельна діяльність — діяльність по здійсненню угод у галузі зовнішньої торгівлі товарами, послугами, інформацією та інтелектуальною власністю. Основними суб'єктами зовнішньоторговельної діяльності є:

1. Фірми різних видів власності, які здійснюють зовнішньоторговельну діяльність:
- державні організації і підприємства;
- учасники міжнародної дрібної оптової торгівлі.

2. Юридичні особи та індивідуальні підприємці, залучені в ринкові відносини, реєструються в митних органах.

Головне завдання державного регулювання зовнішньоторговельної діяльності — створення сприятливих економічних та організаційних умов розвитку всіх видів і форм зовнішньоекономічної діяльності та підвищення її ефективності.

Завдання держави в рамках регулювання зовнішньоторговельної діяльності:
- забезпечення стабільного зростання активів платіжного балансу;
- залучення бізнесу і регіонів для організації економічної діяльності;
- конкурентну розміщення зарубіжних закупівель серед можливих постачальників;
- регулювання зовнішньої конкуренції на внутрішньому ринку через механізм тарифних мит з метою підтримки власних виробників і поліпшення структури-формування ролі імпорту.

Не менш важливим є захист національного ринку державою, де можуть бути використані такі інструменти як [1]:
- перегляд мит на імпортні товари,
- введення квот — спрощене оформлення митних документів, в тому числі автоматизоване і віддалене надання послуг.

Державне регулювання зовнішньоторговельної діяльності включає прямі і непрямі методи. До прямих методів відноситься адміністративний контроль:
- ліцензії і квоти на експорт та імпорт — тимчасові заходи щодо стабілізації та насиченню внутрішнього ринку,

- державна монополія зовнішньоторговельної діяльності — менш ефективний спосіб регулювання. Цей метод може застосовуватися у вигляді виключних прав на виконання державною компанією окремих зарубіжних операцій або підтримання зовнішньоекономічних зв'язків.

В цілому ці заходи стосуються методів нетарифного регулювання. Непрямі методи регулювання більш ефективні і актуальні для розвитку міжнародних відносин. До них відносяться податки, в тому числі [2]:

- митні збори;
- процентні ставки по валютних кредитах;
- ставка за облігаціями;
- інші цінні папери;
- виплати грошових коштів.

У митному кодексі викладаються принципи роботи митниці (порядок переміщення через кордон товарів, митні збори, виконання, моніторинг та інші інструменти для забезпечення митної політики) на основі єдності митної території, мит та митних зборів. Митний тариф призначений для регулювання зовнішньої конкуренції на внутрішньому ринку. Система імпортних мит — це захист національного виробництва від ввезення іноземних товарів. Цей принцип в той же час забезпечує фіскальні інтереси держави, з метою поповнення доходів до бюджету держави.

Для забезпечення збалансованого соціально-економічного розвитку на основі зовнішньоекономічних відносин держава:

- здійснює реєстрацію іноземної економічної діяльності;
- декларує товари та інше майно.

Розвиток міжнародних економічних відносин вимагає прискореної розробки інвестиційних проектів з відповідним техніко-економічним обґрунтуванням для іноземних інвесторів і кредиторів. Шляхом регулювання рівня цін на вітчизняні товари на світовому ринку, підтримання конкурентоспроможності національної економіки.

Джерела

1. *Лагутін В.* Ефекти державного регулювання економіки в умовах євроінтеграції України // *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право.* 2017. № 6. С. 5–23.
2. *Тищенко В. Ф., Остапенко В. М.* Основи зовнішньо-економічної діяльності та митної справи: навч. посіб. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2022. 193 с.

Науковий керівник: *М. В. Сідненко, старший викладач*

О. О. КОРОВІЦИН
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ОРГАНІЗАЦІЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ШЛЯХОМ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ПІДПРИЄМСТВА

Кожна фірма самостійно ставить собі завдання маркетингового дослідження, з власних інтересів. Охоплення широкого спектра напрямів маркетингових досліджень залежить від конкретних умов: ситуації на товарному ринку, маркетингової стратегії фірми і, зрозуміло, її спеціалізації.

Значна частина виробничо-збутових і торгових підприємств проводить маркетингові дослідження пір наступним напрямам: оцінка ринкової ситуації, короткострокові та середньострокові прогнози основних параметрів ринку, вивчення поведінки покупців та конкурентів, характеристика рівня та динаміки цін тощо, а також оцінка власного потенціалу [3, с. 63].

Ринкові дослідження виступають як інформаційна основа досягнення таких цілей, як реалізація певного обсягу продажу, створення та виведення ринку нових товарів, збільшення ринкової частки. Постановка цих цілей передбачає, що йдеться про ринок конкретного товару. У цьому, розкриваючи зміст ринкового дослідження, насамперед слід зупинитися вивчення товарної структури ринку

При проведенні маркетингових досліджень стикаються з двома типами проблем: проблеми управління маркетингом та проблеми маркетингових досліджень. Перші з'являються у двох випадках. По-перше, коли виникають симптоми недосягнення цілей маркетингової діяльності. По-друге, існує можливість досягнення цілей, проте менеджеру треба вибрати такий курс дій, який дасть можливість повною мірою скористатися сприятливими обставинами [3, с. 64].

Багаторазово збільшити обсяг продукції, що реалізується, і прибуток компанії дозволяють канали збуту. Маркетинговий канал (канал збуту) є сукупність взаємозалежних організацій, дозволяють зробити товар чи послугу доступними споживачам. Канали збуту — весь комплекс шляхів, якими товари чи послуги потрапляють до покупців, та був і до кінцевим споживачам. Рішення щодо використання системи каналів збуту для компанії є важливим та носить стратегічний характер. Від вибору каналів збуту залежатиме політика ціноутворення на товари або послуги, а також можуть спричинити довгострокові зобов'язання перед іншими, побудова рекламної компанії, способи формування ланцюжка вигод.

Невід'ємною частиною збутової діяльності підприємства є витрати збуту. Недоліки збуту є витрати на товар і заходи, створені задля поліпшення становища фірми та збільшення попиту товар.

Про нову продукцію та її характеристики споживачів потрібно проінформувати, поки вони ще немає будь-якого ставлення до неї. Для товарів, про які споживачам добре відомо, головне у просуванні — трансформація знань про товар у доброзичливе ставлення до нього.

Для міцно утвердженої над ринком продукції наголос робиться на нагадування — зміцнення існуючого відносини споживачів. Найважливіші функції просування з погляду комплексу маркетингу: створення образу престижності фірми, її продукції та послуг; формування образу інновації для фірми та її продукції; впровадження у свідомість споживачів відмінних рис товару; інформування про місце придбання товарів та послуг; основні елементи просування та їх характеристики [2, с. 9].

Стимулювання збуту — одноразові спонукальні заходи, що стимулюють купівлі споживачів та відмінні від реклами, формування громадської думки та персональних продажів. Це виставки, демонстрації, презентації, а також різні збутові зусилля, що не входять до стандартних процедур просування.

Розглянемо маркетингові цілі, наприклад розвиток бренду та збільшення географії його присутності у регіонах. Запропонована для досягнення цих цілей одна з маркетингових стратегій — запуск та просування нової лінійки продуктів — логічно становитиме мету комунікаційної політики компанії. У свою чергу, цілі комплексу комунікацій деталізуватимуться залежно від можливостей та специфіки її інструментів. Мета рекламної стратегії на рік — досягнення певного рівня знання бренду в регіонах та формування певного щодо нього ставлення — об'єднає цілі та стратегії медіапланування та креативної роботи (розробки ідей, образів, конкретних відносин з брендом).

Після визначення цілей просування розробляється стратегія просування, навіщо проводиться сегментація ринку України і чітко позначається цільова аудиторія. Ринкова сегментація є, з одного боку, спосіб знаходження сегментів ринку України і визначення об'єктів, куди спрямована маркетингова діяльність підприємства. З іншого боку, — це управлінський підхід до процесу прийняття підприємством рішень над ринком, основа вибору правильного поєднання елементів маркетингу.

Маркетингове дослідження є складовою загальної інформаційної системи. Відомості, факти, дані, які збираються для маркетингових цілей, утворюють самостійний сектор єдиного інформаційного поля. Тому маркетингове дослідження базується на загальних вимогах та принципах інформатики і при його проведенні необхідно дотримуватись наступних принципів [1, с. 59]:

- науковість, тобто пояснення та передбачення ринкових явищ і процесів, що вивчаються, на основі наукових положень і об'єктивно отриманих даних, а також виявлення закономірностей розвитку цих явищ і процесів;
- системність, тобто виділення окремих структурних елементів, що становлять явище, виявлення ієрархічного зв'язку та взаємопідпорядкованості;

- комплексність, тобто. вивчення явищ і процесів у всій їх повноті, взаємозв'язку та розвитку;
- достовірність, тобто. отримання адекватних даних за рахунок забезпечення наукових засад їх збору та обробки, виключення тенденційності в оцінках, ретельний контроль, використання наукових інструментів дослідження;
- об'єктивність, тобто. вимога враховувати можливі похибки вимірювача того чи іншого явища, не підганяти факти під заздалегідь визначену схему та бути обережними в їх інтерпретації;
- ефективність, тобто. досягнення висунутих цілей, порівняння результатів із витратами.

Проблеми маркетингових досліджень визначаються вимогами надання керівникам та спеціалістам з маркетингу відповідної, точної та неупередженої інформації, необхідної для вирішення проблем управління маркетинговою діяльністю.

Цілі маркетингових досліджень випливають із виявлених проблем, досягнення цих цілей дозволяє отримати інформацію, необхідну для вирішення цих проблем. Вони характеризують той інформаційний вакуум, який має бути ліквідований для надання менеджерам можливості вирішувати маркетингові проблеми. Список цілей, узгоджених з менеджером, зазвичай включає кілька найменувань.

Таким чином, роль маркетингових дослідження на підприємстві в тому, що маркетингові дослідження дозволяють зібрати інформацію, де найвигідніше збувати товар, і вказує на ділянки ринку недостатньо ємні для продукту, вони дозволяють, виділити і виміряти потенціал і визначити характер ринку, як правило, цього товару.

Джерела

1. *Березін І.* Маркетинг та дослідження ринку. М .: Російська ділова література, 2011. 416 с.
2. *Огерчук Ю. В.* Організування збутової діяльності підприємств :автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.06.01"Економіка, організація і управління підприємствами". Львів, 2004.20 с.
3. *Половка К. О.* Маркетингові дослідження: їх характеристика та необхідність // *Управління розвитком.* 2014. № 13 (176). С. 62–65.

Науковий керівник: *І. А.Фігуровська, старший викладач*

Т. П. КРАВЕЦЬ
здобувач другого рівня вищої освіти,
Міжрегіональна Академія управління персоналом

ФУНКЦІЇ І КОНСТИТУЦІЙНІ ПОВНОВАЖЕННЯ ВЕРХОВНОЇ РАДИ УКРАЇНИ

Однією з найголовніших ознак демократичного розвитку суспільства та держави в цілому є функціонування демократичного парламенту — установи, яка має повну довіру народу, виступає від його імені й підтримує соціальні зв'язки з ним. Від того, наскільки ефективною є діяльність парламенту безпосередньо залежить рівень народного представництва та захисту інтересів громадян країни. У даному випадку Україна не є винятком.

Адже, місце та роль парламенту України — Верховної Ради в механізмі держави та суспільстві обумовлено її представницьким характером, тим, що тільки Верховна Рада України має право виступати від імені народу України, приймати закони та інші акти. Ці положення були закладені ще в Декларації про державний суверенітет України і закріплені в Конституції України 1996 року. З одного боку, в умовах проведення конституційної і політичної реформ можна спостерігати тенденції підвищення соціальної ролі парламенту України, наділення його більшим колом повноважень в установчій та контрольній сферах. З іншого боку, можна спостерігати ознаки парламентської кризи, яка має свій прояв в існуванні політичних конфліктів у Верховній Раді України.

Проблеми реалізації представницької функції Верховної Ради України мають виключно важливе значення як для науки конституційного права України, так і для політичної та державно-правової діяльності. Головне призначення Верховної Ради України — виражати волю народу з питань суспільного та державного значення.

Застосування терміна "парламент" до Верховної Ради України свідчить про сприйняття ряду основних положень доктрини парламентаризму, під чим розуміють систему правління, що характеризується чітким розмежуванням законодавчої та виконавчої функцій за формального верховенства представницького законодавчого органу — парламенту — стосовно до інших органів державної влади. Звичайно, це не передбачає буквального відтворення в сучасних реаліях України всієї системи парламентаризму в повному обсязі.

Конституція України 1996 р. визначає статус Верховної Ради України як єдиного органу законодавчої влади в Україні, тоді як попередня Конституція 1978 р. (ст. 93) і Конституційний договір (ч. 1 ст. 6) конституювали Верховну Раду України як єдиний орган законодавчої влади України. Це означає, що згідно з новою Конституцією України ніякої іншої законодавчої влади і відповідно органів, котрі її здійснювали б, в Україні немає. Виходячи з дано-

го визначення, необхідно звернути увагу на характеристику Верховної Ради України як “єдиного” органу законодавчої влади, що означає те, що усі інші органи державної влади в Україні позбавлені права здійснювати функцію законотворення.

За характером функцій, здійснюваних парламентами, а також їхніх взаємовідносин з органами виконавчої влади виділяють парламенти:

а) активні — відіграють значну роль як у прийнятті законів, так і у формуванні уряду та контролі за його діяльністю;

б) реактивні — на їх діяльність значний вплив мають уряди, хоча парламент зберігає значні повноваження у сфері контролю за виконавчою владою;

в) маргінальні — фактично повністю контролюються виконавчою владою, через що їхній внесок у формування політики держави досить незначний;

г) мінімальні — органи, які виконують декоративну функцію, утворюються з метою надання видимості легітимності існуючому режиму.

За структурою парламенти поділяють на:

- однопалатні (монокамерні);
- двопалатні (бікамерні).

Обсяг повноважень може служити класифікації парламентів. Залежно від повноважень розрізняють три види парламентів:

- з необмеженою компетенцією;
- з відносно обмеженою компетенцією;
- з абсолютно обмеженою компетенцією;
- консультативні.

Парламенти з необмеженими повноваженнями можуть приймати рішення з будь-яких питань. Парламенти з необмеженою компетенцією існують у країнах з парламентською формою правління, де в “чистому” вигляді реалізовано принцип парламентаризму, що передбачає верховенство парламенту у системі органів державної влади. Конституції цих держав не містять переліку повноважень парламенту, з чого й випливає юридична необмеженість його компетенції за предметом, тобто вважається, що він може видавати закони з будь-яких питань державного та суспільного життя.

Парламенти з відносно обмеженою компетенцією функціонують у федеративних, децентралізованих унітарних державах, а також в державах, де в основу організації державної влади покладено модель “жорсткого” поділу влади. При цьому компетенція парламенту обмежується фундаментальними правами, питаннями, які згідно з конституцією віднесено до сфери компетенції виконавчої та судової гілок влади, до виключної компетенції суб’єктів федерації чи до сфери компетенції місцевого самоврядування.

Парламенти з обмеженими повноваженнями діють у рамках конституцій, в яких перелічуються питання, щодо яких парламент може видавати “вичерпні закони”, тобто такі, які видаються з питань, що можуть регулюватися тільки парламентом; “рамкові закони”, що встановлюють основи правового регулювання, більш детальне регулювання згідно цих законів здійснює виконавча влада.

Парламенти з абсолютно обмеженою компетенцією характерні для країн, де реалізовано французьку конституційну модель організації влади. Конституції таких держав встановлюють чіткий і вичерпний перелік питань, з яких парламент має право приймати закони.

У більшості мусульманських країн парламент обирається, але його роль здебільшого обмежується тільки консультативними повноваженнями. Іноді вони приймають закони зі схвалення монарха, іноді взагалі не можуть видавати Закони.

Конституційно-правовий статус Верховної Ради України обумовлений визначеною Конституцією України змішаною (парламентсько-президентською) формою правління, що дозволяє віднести Верховну Раду України до парламентів змішаного типу.

Щодо функцій Верховної Ради України, то вони безпосередньо пов'язані з особливостями її конституційно-правового статусу, як парламенту змішаного типу.

Отже, функції Верховної Ради України — це основні напрямки діяльності українського парламенту.

Множинність функцій парламенту не суперечить його природі як органу законодавчої влади. Вона зумовлена тим, що парламент, як і інші органи державної влади, у властивих йому формах бере участь у здійсненні ряду функцій держави, як об'єктних, зумовлених змістом діяльності держави (політичної, економічної, соціальної, культурної, екологічної), так і інших функцій, зокрема "технологічних", владних (законодавчої, установчої тощо).

Законодавча функція Верховної Ради України — це найважливіший напрямок її діяльності. У системі поділу влади парламент має прерогативу в галузі правотворчості. Верховна Рада України в рамках своєї компетенції приймає закони з питань, що потребують законодавчого регулювання, не втручаючись при цьому у сферу компетенції інших органів, які здійснюють нормотворчу підзаконну діяльність. Здійснюючи законодавчу функцію, Верховна Рада України за допомогою закону надає своєму рішенню вищої юридичної сили, пов'язуючи ним виконавчу і судову владу.

Установча функція Верховної Ради України пов'язана з її участю у формуванні інших органів державної влади і місцевого самоврядування та визначенні правових основ їхньої діяльності. Зокрема, Верховна Рада України призначає вибори Президента України та місцеві вибори, дає згоду на призначення Президентом України Прем'єр-міністра України тощо.

Контрольна функція Верховної Ради України полягає у здійсненні парламентського контролю, передусім за діяльністю Кабінету Міністрів України.

Джерела

1. Конституційно-правовий статус Верховної Ради в Україні. URL: https://arm.naiau.kiev.ua/books/konst_pu/rozdil/rozdil8.html
2. Міжнародна політика. *Вибори-2022*. URL: https://zn.ua/ukr/international

Науковий керівник: *Г. О. Кузьменко, д-р філософії в галузі публічного управління та адміністрування*

Л. О. КРАВЧЕНКО
студентка 3 курсу спеціальності “Міжнародне право”,
Державний торговельно-економічний університет

АКТУАЛЬНІ ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ТА СПОСОБИ ЇХ ВИРІШЕННЯ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ РЕГІОНІ ВНАСЛІДОК ВІЙНИ МІЖ РОСІЄЮ ТА УКРАЇНОЮ

Російське вторгнення в Україну стало причиною загибелі тисячі людей , а також наслідком економічної кризи по всьому світу.

Найбільшого впливу зазнав європейський регіон та ті країни,які мали економічну співпрацю з країною-агресором.

Загалом, єврозона є дуже відкритою економікою, що робить її вразливою до перебоїв на світових ринках та ланцюгах доданої вартості. Ще до початку війни, європейський регіон мав незначну економічну нестабільність. Нашарування російської агресії поверх слабкої економіки спричинило до величезних бюджетних втрат.

Війна значно посилила інфляційний тиск у єврозоні під час відновлення після пандемії та підштовхнула споживчі ціни, особливо на енергоносії та продукти харчування [1].

Зростання цін на продукти харчування та імпорт енергоносіїв ,що обумовлено проблемами з власним виробництвом та постачанням внаслідок війни, призводять до погіршення глобальних умов торгівлі.

Висока інфляція, яка припадає на енергоносії та продукти харчування, продовжує чинити значний негативний вплив на всі сфери нашої економіки та на повсякденне життя людей. Особливо це стосується домогосподарств з низьким рівнем доходу, де продукти харчування та енергія становлять значну частку споживання [1].

Також особливого впливу інфляції зазнають більшість європейських країн, які є залежними від імпорту власної продукції.

За словами економістів, війна в Україні — це третій асиметричниї шок, який Європейський Союз пережив за останні два десятиліття, після фінансово-економічної кризи 2008 року та подальшої кризи єврозони та пандемії COVID-19.

Асиметричний шок — це раптова зміна економічних умов, яка впливає на деяких. Країни ЄС більші за інші. Війна в Україні дійсно має набагато більший вплив на сусідні країни через наплив біженців та їхню важку залежність від російського газу.

Втім, незважаючи на всі ці фактори,які негативно впливають на благоустрій країн, єврозона кинула виклик очікуванням і продемонструвала надзвичайну економічну стійкість до наслідків війни.

У той час як євросистема і більшість аналітиків очікували, що економіка єврозони скоротиться на рубежі минулого року, реальний ВВП зріс на 0,1 %

в порівнянні з попереднім кварталом в четвертому кварталі 2022 року. Оцінки вказують на слабке, але позитивне зростання в найближчій перспективі, підкріплене зниженням витрат на електроенергію та фіскальними заходами, спрямованими на пом'якшення впливу високої інфляції на реальні доходи [1].

Для подальшого покращення економічного становища, провідним європейським країнам слід все більше ставати незалежними від російскої торгівлі та енергопостачання. Це також дасть змогу бути впевненими в безпеці нашого майбутнього та нашої свободи.

Джерела

1. *Josep Borrell*. The war in Ukraine and its implications for the EU. https://www.eeas.europa.eu/eeas/war-ukraine-and-its-implications-eu_en

Науковий керівник: *О. О. Хміль, викладач кафедри іноземної філології та перекладу Державного торговельно-економічного унверситету*

Ю. В. КРАВЧУК
Вінницький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету

ВИКОРИСТАННЯ МОЗКОВОГО ШТУРМУ ЯК ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЇ ПРИ ФОРМУВАННІ ДІЛОВИХ ТА КОРПОРАТИВНИХ ЗАХОДІВ

Івент технологія є невід'ємною частиною сучасного світу та використовується в різних сферах діяльності, включаючи бізнес, культуру та освіту. Організація подій стає все складнішою та вимагає нових технологій та методів, щоб забезпечити ефективну комунікацію між учасниками та досягти поставлених цілей. Одним із інструментів, що може допомогти цьому завданню, є мозковий штурм. Мозковий штурм — техніка, яка дозволяє генерувати нові ідеї та рішення шляхом включення всіх учасників у процес творчого мислення. Цей метод використовується в різних сферах, включаючи бізнес, науку та мистецтво, і дозволяє досягти значних результатів у найкоротший час [1, с. 41].

Однак до сьогоднішнього часу малого дослідження було присвячено розвитку мозкового штурму в івент технологіях. Тому ця наукова робота присвячена дослідженню можливостей також та ефективності застосування мозкового штурму на івентах різного формату, а також розробці рекомендацій для організаторів заходів з використанням цього методу. Результатом мозкового штурму можуть стати ідеї щодо використання технологій VR та

AR, інтерактивних екранів, гостьових додатків та інших інноваційних рішень, які зроблять подію незабутньою. Методи ефективного мозкового штурму в технологіях подій Існують різні техніки, які можна використовувати для ефективного мозкового штурму в технологіях подій. Одним з методів є SWOT-аналіз. SWOT означає Strengths, Weaknesses, Opportunities та Threats, і передбачає визначення цих факторів у зв'язку з запланованою подією. Ця техніка може допомогти організаторам визначити сфери, на яких вони повинні зосередити свої зусилля, і генерувати ідеї щодо вирішення цих проблем.

Інша техніка — мапування розуму. Інтелектуальна карта передбачає створення візуального представлення ідей, виниклих під час мозкового штурму. Це може допомогти впорядкувати та визначити пріоритети ідей, а також визначити зв'язки між різними ідеями. Також доступні програми для мозкового штурму, такі як Stormboard, які дозволяють членам команди співпрацювати на віртуальній дошці та додавати ідеї, зображення та коментарі в режимі реального часу. Це може бути особливо корисним для віддалених команд або тих, хто працює в різних часових поясах [1, с. 24].

Краудсорсинг — це ще один метод, який можна використовувати для ефективного мозкового штурму в івент-технологіях. Краудсорсинг передбачає отримання ідей і вказівок від великої групи людей, як правило, через соціальні мережі або онлайн-платформи. Це може бути корисним способом генерувати широкий спектр ідей з різних точок зору [1, с. 28]. Дизайн-мислення також є ефективним підходом для мозкового штурму в івент-технологіях. Дизайнерське мислення передбачає розуміння потреб і вподобань клієнтів, співпереживання їм і використання цієї інформації для створення інноваційних і творчих рішень. Такий підхід може допомогти створити клієнтоорієнтовані заходи, які відповідають потребам і очікуванням клієнтів [1, с. 33].

Деякі з переваг використання мозкового штурму в технологіях подій включають:генерація ідей, співпраця і командна робота між членами команди, інноваційне мислення й експерементування, що призводить до розробки нових унікальних технологій проведення заходів, гнучкість, що дозволяє організаторам швидко реагувати на зміну ринкових умов і вподобань клієнтів, збільшення залученості — призводить до до більш захоплюючого та незабутнього досвіду подій [2, с. 51].

Однак важливо зазначити, що ефективний мозковий штурм вимагає дотримання певних умов, наприклад: різноманітна команда, безпечне та інклюзивне середовище та чіткі цілі [3, с. 121].

Загалом, мозковий штурм є критично важливим компонентом успішного планування заходів, винахідливість членів своєї команди, щоб створити незабутні враження для відвідувачів. Використовуючи мозковий штурм як основний компонент планування заходів, організатори можуть забезпечуючи платформу для організаторів заходів, щоб використати колективну творчість і залишатися на випередженні, розробляючи інноваційні та захоплюючі заходи, які виділятимуться на багатолюдному та конкурентному ринку.

Джерела

1. *Дергачов Г. М.* Івент-менеджмент: навч. посіб. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 99 с. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/51203/1/Event%20management_konspect.pdf
2. *Радіонова О. М.* Конспект лекцій з курсу "Івент-технології" (для студентів 2-го курсу денної та заочної форм навчання напрямів підготовки 6.140101 — "Готельно-ресторанна справа", 6.140103 — "Туризм") Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. 67 с.
3. *Дерев'янко С. І., Кузик Н. П., Олійник С. О.* Аудит персоналу. Київ, 2016. 155 с.

Науковий керівник: *К. Г. Антонюк, асистент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи*

С. О. КРАМСЬКИЙ

Одеський інститут "Міжрегіональної Академії управління персоналом"

ОЦІНКА РИЗИК-ОРІЄНТОВАНИХ ЗАСОБІВ В УПРАВЛІННІ ІННОВАЦІЙНИМИ ІТ-ПРОЄКТАМИ

Контекстний інноваційний формат з управління проєктами — галузь IT-менеджменту, яка з кожним роком привертає все більше уваги, як бізнес-структур, так і органів публічного управління, які запроваджують принципи проєктного менеджменту у роботу підприємств особливо у воєнний та повоєнний час. Ефективне управління проєктами дозволяє IT-організаціям вірно планувати, оптимізуючи витрати часових, фінансових і людських ресурсів у воєнний період реалізації проєктів, але при цьому не відхилятись від запланованої якості кінцевого продукту проєкту. Проєктний підхід, як основа управління ризиками, девіаціями, змінами, орієнтує будь-яку діяльність на проактивні тобто з упередженням подій, засади управління системою "проєкт – проєктна команда – технології – турбулентне оточення – військове середовище". Проєкти у галузі інформаційних техногій, надалі — IT обладають специфічними параметрами, в силу яких ефективне управління даними ризиками стає життєво важливим для їхнього успіху.

При забезпеченні безпеки технічних систем ні теорія абсолютної надійності, ні імовірнісний підхід до аналізу ризиків не дозволяють отримати задовільні відповіді відносно можливих аварій і відмов, оскільки частенько "слабкою" ланкою системи є людина [1, с. 85]. Сьогодні виникає проблема комплексної оцінки ризику у соціальних системах управління ризиком проєктів. Як правило, підвищення рівня безпеки здійснюють в наступних трьох напрямах: а) вдосконалення технічних систем і об'єктів; б) підготовка персоналу; в) попередження надзвичайних ситуацій. Для їх визначення необхідний спеціальний аналіз конкретних даних і умов. Знайти керівника

ІТ-проєкту, планувальника та інженера з управління ризиками, які мають достатню кваліфікацію і готові працювати у проєкті, незважаючи на загальне скорочення кількості проєктів, в сучасній економічній ситуації все ще досить складно. Шкода від ризику втрати ІТ-команди дуже значна. Формування нової професійної команди ІТ-проєкту у воєних умовах вкрай важко [2, с. 43].

Невизначеність, непередбачуваність і нестабільність зовнішнього середовища обумовлюють об'єктивний характер виникнення ризик факторів, які ускладнюють процес адаптації бізнес структур до змін, що відбуваються. На першому етапі контролінгу інновацій необхідно вирішити задачу вибору варіанта реалізації ІТ-проєкту [3, с. 8]. Вибір між варіаціями очевидний, якщо один з варіантів кращий за інший за всіма показниками. У реальних ситуаціях вибору варіанти зазвичай непорівнянні — перший краще за одними показниками, другий — за іншими. Етапи контролінгу інновацій ІТ-проєкту включають в себе: оцінку можливості бути реалізованим проєктом; інформаційну підтримку планування розробки інноваційного проєкту; інформаційну підтримку контролю над здійсненням комплексного проєкту; інформаційну підтримку функції аналізу проєкту підприємства [4, с. 36].

Сучасна якісна інноваційна підготовка компетентних ІТ-фахівців, менеджерів обізнаних у питаннях ефективного застосування до визначення рівня ІТ-ризиків їхньої кількісної оцінки для подальшої мінімізації та усунення на базі ризик-орієнтованого підходу в органнізаціяхх. На етапі формування ІТ-команди проєкту важливо усвідомлювати, що існує стандартний ризик просто не знайти персонал для проекту у воєний час, що володіє професійними знаннями і досвідом. Таким чином, навіть зумівши на початкових етапах проєкту залучити досвідчених людей в ІТ-команду, пізніше можна їх втратити.

Такий підхід до оцінки ризиків, пов'язаних з персоналом, повинен бути таким же, як і підхід до оцінки інших (виробничих, фінансових, економічних, технічних) ризиків проєкту. У цьому комплементарному процесі, керівнику ІТ-проєкту повинні допомагати інженер з управління ризиками і фахівець з управління персоналом підприємства, щодо попередження та протидії різноманітним ризикам [5, с. 281].

Джерела

1. *Крамской С. А.* Метод оценки компетенций ролевого состава специалистов для комплектации ІТ-компании с использованием нечёткой логики // *Управління розвитком складних систем*. Київ: КНУБА, 2016. Вип. 28. С. 81–89.
2. *Нікольський В. В.* Циклічно-генетична методологія управління проєктами організації системи інтермодального хабу в умовах невизначеності // *Управління розвитком складних систем*. Київ: КНУБА, 2020. № 43. С. 40–46. https://dx.doi.org\10.32347/2412-9933.2020.43.40-46
3. *Kramskiy S. O., Matolikov D. P.* Business technologies and processes of IT-project management on the platform of simulation "Management of Development of Complex Systems". Kyiv: KNUCA, 2018. 35. P. 6–12.

4. *Рудніченко М. Д.* Концептуальна модель управління людським капіталом у виробничій IT-організації на платформі нечітких множин // *Управління розвитком складних систем*. Київ: КНУБА. 2017. Вип. 32. С. 32–41.
5. *Danchuk V. D., Alkema V. G., Sevostianova A. V., Bakulich O. O.* Wheel working system in a team: relationship between different personnel in a marine project // *Financial and credit activities: problems of theory and practice*. 2020. № 4(35). P. 277–286. https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i35.222093

О. А. КРАСКО
Національний університет цивільного захисту України

ВНЕСОК ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ У РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

Внесок професійної освіти у розвиток суспільства має культурні та міжнародні відмінності. Загальна освіченість населення дозволяє бідним країнам виконувати відведену їм функцію у міжнародному поділі праці. Темпи розвитку технологій та їх глобального поширення в сучасному світі настільки високі, що інститути, що традиційно розглядаються як фактори соціально-економічного та технологічного прогресу (відкритий ринок праці, державний протекціонізм, захист прав власності, антимонопольна та валютна політика та ін.), не здатні ефективно використовувати їхній потенціал. За оцінкою, представленою в доповіді “2017 Deloitte Global Human Capital Trends” [1], людина краща за організації, інститути та держави встигає за технологічними змінами, і, безсумнівно, вже в найближчому майбутньому основним сегментом ринку праці та генератором доданої вартості стане виключно людська взаємодія з використанням сучасних технологій. Подальше економічне зростання та інноваційний розвиток можливі лише через безперервне покращення інститутів, через ініціативну соціальну дію. Це абсолютно не революційний спосіб. Еволюція ринку праці та її інститутів вже відбувається у цьому напрямі: роль “загального” людського капіталу підвищується та його цінність перевищує цінність “специфічного”, зростає значимість навичок “21 століття”.

Індекс людського розвитку України у 2020 році складав 0,779. У 2018 році цей показник складав 0,750, а у 1990 році — 0,705. Проте індекс України далекий від рівня розвинених країн Європи та Центральної Азії. У зв’язку з військовими діями на території України через військову агресію Росії зазначений показник набуде зниження.

Коли в 2007 році Е. Ханушек, Л. Войссманн досліджували характер впливу людського капіталу держав на соціально-економічний розвиток [2], вони також встановили, що статистично підтверджене зростання людського капіталу спостерігається в країнах, куди приходить капітал (техніка, технології,

інновації) і управлінські компетенції, що стимулюють розвиток освіти для забезпечення економічної діяльності, що суперечить класичній концепції людського капіталу. Сучасні лідери списку країн за індексом людського розвитку входять до переліку провідних країн за інтенсивністю витрат на технологічні інновації та/або сукупним рівнем інноваційної активності організацій: Норвегія, Ірландія, Швейцарія.

Таким чином, у сучасній економіці спостерігається процес трансформації концепції людського капіталу з погляду його взаємозв'язку з економічним зростанням, що відбувається у напрямі розуміння ролі економічного зростання та пов'язаних з ним інвестицій в інновації як основного двигуна розвитку освіти.

Економічне зростання та пов'язані з ним інвестиції в інновації постають в інноваційній економіці як двигун розвитку освіти, що визначає появу нових інститутів та інструментів формування людського капіталу на користь інноваційного розвитку. Як уже було зазначено, людина краща за організації, інститути та держави встигає за технологічними змінами, людська взаємодія з використанням сучасних технологій стає генератором доданої вартості та економічного зростання в інноваційній економіці.

Економічне зростання, інвестиції у технології та основний капітал потребують розвитку освіти для забезпечення економіки кадрами відповідної кваліфікації. Сьогодні стрімке масове впровадження цифрових технологій спричиняє необхідність зміни професій у частині набору компетенцій (цифрові компетенції та ін.), а отже, і системи професійної освіти. На практиці результатом такої трансформації стало відставання освіти від потреб реального сектора, невідповідність попиту та пропозиції навичок ринку праці. Як реакція на ситуацію, високотехнологічні та інноваційні компанії створюють власну систему підвищення кваліфікації робітничих професій та стають базою для стажування учнів професійних закладів, в окремих напрямках жорсткий дефіцит кваліфікованих фахівців перетворив їхній підбір на окремий ринок праці зі своєю екосистемою.

Таким чином, на сьогоднішній день взаємозв'язок професійної освіти та інноваційного розвитку національної економіки, що описується в класичній концепції людського капіталу, статистично підтверджується. У сучасній науці публічного управління спостерігається процес трансформації концепції людського капіталу з погляду його взаємозв'язку з економічним зростанням, що відбувається у напрямі розуміння ролі економічного зростання та пов'язаних з ним інвестицій в інновації як основного двигуна розвитку професійної освіти.

Джерела

1. 2017 Deloitte Global Human Capital Trends. P. 4. URL: https://www2.deloitte.com/insights/us/en/focus/human-capital-trends/2017/introduction.html
2. *Hanushek E., Woismann L.* The Role of Education Quality in Economic Growth // *World Bank Policy Research*. 2007. WP. № 4122.

М. М. КРИВОБЕРЕЦЬ
кандидат економічних наук, доцент,
Міжрегіональна Академія управління персоналом

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ

На сьогоднішній день туризм став явищем, що увійшло у повсякденне життя майже третини населення планети. Більше того, на початку XXI ст. туризм за обсягами доходу справедливо посів третє місце серед провідних галузей світової економіки. В багатьох країнах і регіонах туризм є основним джерелом прибутків. Надходження з туристичних подорожей у світовому масштабі становлять понад 500 млрд дол. США щорічно. Найбільші прибутки отримують країни Західної Європи та США. До економічних функцій туризму, в першу чергу відносяться економічні вигоди, які він надає: – туризм стимулює розвиток елементів інфраструктури, а саме: готелів, ресторанів, підприємств торгівлі тощо; – туризм зумовлює збільшення доходної частини бюджету за рахунок податків, що можуть бути прямими (плата за візу, митний збір) або непрямими (збільшення заробітної плати робітників спричинює збільшення сум прибуткового податку, що сплачується ними в бюджет); – туризм має широкі можливості для залучення іноземної валюти і різного роду інвестицій; – диверсифікація економіки, утворюючи галузі, які обслуговують індустрію туризму, забезпечуючи при цьому зростання доходів населення та підвищення рівня добробуту нації [2]. Також вплив туризму на соціально- економічний розвиток виявляється у підвищенні ділової активності та розширенні виробництва товарів і послуг у результаті збільшення платоспроможного попиту за рахунок іноземних та місцевих екскурсантів. З економічної точки зору привабливість туризму як галузі, що надає послуги, полягає у більш швидкій окупності вкладених коштів та отриманні доходу у вільно конвертованій валюті [3].

У багатьох країнах туризм входить у першу трійку провідних галузей держави, розвивається швидкими темпами і відіграє важливе соціальне та економічне значення, оскільки він: збільшує місцеві доходи; створює нові робочі місця; розвиває всі галузі, пов'язані з виробництвом туристичних послуг; розвиває соціальну та виробничу інфраструктури у туристичних центрах; активізує діяльність народних промислів і розвиток культури та сприяє їм; забезпечує зростання рівня життя місцевого населення; збільшує валютні надходження тощо. Але позитивний вплив туризму на економічний розвиток держави відбувається лише у тому випадку, якщо він розвивається всебічно, тобто не перетворює економіку країни в економіку послуг. Іншими словами, економічна ефективність туризму передбачає, що він в державі повинен розвиватися паралельно і у взаємозв'язку з іншими галузями соціально- економічного комплексу [2].

Туризм на сьогоднішній день є однією з найбільш перспективною та провідною галуззю світової економіки. Просування бізнесу в туристичній сфері здатне гарантувати істотний вклад в економіку країни у наданні нових робочих місць, поповнення державного бюджету за допомогою сплати податків та відвідуванням України іноземними туристами. Необхідний аналіз досвіду нашої та інших країн та розробка інструментів дій, які у разі чого допоможуть уникнути важких локдаунів у майбутньому [1]. Це той шлях, який дозволить поступово відновити туристичну галузь та захистити її від ризиків значних потрясінь, що і визначає перспективи подальших досліджень.

Звертання до джерел наукової інформації доводить, що туризм є важливою складовою економіки багатьох держав, яка забезпечує зайнятість місцевого населення, бюджетні надходження, потік іноземної валюти та інвестицій, сприяє розвитку структури господарського використання територій тощо, за рахунок експлуатації місцевих ресурсів [2]. В цьому контексті є цікавим виділення окремих груп суб'єктів, які взаємодіють в туризмі: – турист — особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін [2]; – підприємства, що надають туристам товари та послуги – вбачають в туризмі можливість отримання прибутку за рахунок надання товарів та послуг з урахуванням попиту на туристичному ринку; – місцеві органи влади – розглядають туризм як важливий фактор економіки, пов'язаний з доходами, які місцеві мешканці можуть отримувати від цього бізнесу у вигляді податків, що надходять до місцевого бюджету; – приймаюча сторона — це місцеве населення, яке сприймає туризм, в першу чергу, як фактор зайнятості (варто зауважити, що для цієї групи важливим є результат взаємодії з туристами, в тому числі іноземними); – організації, що надають туристам товари та послуги — формують політику, здійснюють маркетингову діяльність, а також беруть на себе функцію координатора в певному туристському регіоні. Таким чином, туризм, крім того що це тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування, можна визначити як сукупність явищ та взаємних відношень, що виникають при взаємодії туристів, постачальників (виробників), місцевих органів влади та місцевого населення в процесі туристичної діяльності [2; 3].

Джерела

1. Про Туризм: Закон України [Електронний ресурс]. Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/go/324/95-вр.
2. Міграції населення України [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://ukr-tur.narod.ru/geonas/ naselukr/migration/migratukr.htm.
3. *Бичек М. В.* Міграційні процеси в Західній Європі [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www. universum.kiev.ua/index.php/2009–09–18–12–57–46/2013–01–31–11–57–35/185–2014–12–17–11–27–29.html

О. Ф. КРИШАН
канд. екон. наук,
Придніпровський інститут ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ОБСЯГІВ ВИРОБНИЦТВА ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Одним з основних напрямів планування діяльності підприємства на середньо- та довгострокову перспективу є складання планів виробництва.

При складанні укрупнених планів виробництва обсяг випуску продукції може задаватися у вартісній оцінці і кількісних показниках. Використання вартісної оцінки дозволяє легко формувати плани випуску різнорідної продукції без зайвої для такого виду планування деталізації по номенклатурних позиціях.

Об’ємні плани виробництва можуть створюватися у рамках бюджетного процесу і використовуватися у складі балансової системи бюджетів.

У їх розробці основна роль відводиться співробітникам фінансової служби і економістам підприємства. Для серійної продукції є можливість скласти об’ємні плани продажів і виробництва не лише у вартісних, але і натуральних показниках.

Деталізація до номенклатури виробів дозволяє загальний обсяг виробництва на певний період розглядати через управління виготовленням окремих партій продукції, для яких можна задати чіткі терміни випуску. Робота з планами в натуральних показниках дозволяє здійснити перехід від укрупненого об’ємного планування до об’ємно-календарного планування.

Об’ємно-календарний план виробництва поєднує заявки з усіх джерел, що реєструють попит на продукцію:

- план продажів на певний період планування;
- запити на створення страхових запасів;
- покриття внутрішніх потреб підприємства, тощо.

При такому плануванні широко використовуються різні статистичні дані: дані продажів і виробництва за минулі періоди, сезонні показники зміни об’ємів продажів і виробництва.

Статистика споживання часто є достовірним індикатором майбутнього попиту на продукцію.

Кожне підприємство може вибрати будь-яку модель складання планів, що максимально відповідає особливостям ведення бізнесу. Наприклад, в об’ємно-календарному плані виробництва можуть бути виділені окремі розділи по певних групах продукції: основна продукція, запасні частини, інше. Якщо такий розподіл оформлюється окремими документами планів, то об’ємно-календарний план можна розглядати як групу планів. При створен-

ні кожного документу плану можна використати своє джерело даних, наприклад:

• для основної продукції — план виробництва складається за даними плану продажів для поточного періоду планування з урахуванням наявних запасів продукції на початок періоду планування;

• для запасних частин — план розраховується з підвищувальним/знижуючим коефіцієнтом до об'єму продажів минулих періодів.

Усі документи планів, незалежно від задіяних при їх створенні джерел, узгоджуються по періодах планування [1]. Наприклад, для даного періоду план може бути отриманий консолідацією значень з планів, заздалегідь сформованих для менших часових періодів, або створений шляхом декомпозиції плану, розрахованого для значного часового інтервалу.

Попередня оцінка здійсненності об'ємно-календарних планів виконується за допомогою зіставлення нормативної потреби в ресурсах, необхідних для випуску продукції, з їх фактичною доступністю в плановому періоді [2].

Нормативна потреба в ресурсах визначається на основі даних про структуру виробів і технології їх виготовлення, вказаних в ресурсних специфікаціях на продукцію. Джерелом такої інформації можуть бути дані з системи управління інженерними даними (PDM, англ. Product Data Management), а при її відсутності — безпосередньо конструкторсько-технологічна документація на продукцію. Графіки роботи підрозділів і плани закупівель, сформовані для даного часового періоду, дають уявлення про потенційну доступність виробничих і матеріальних ресурсів, які підрозділи можуть задіяти при випуску продукції.

Для вирішення завдань об'ємно-календарного планування часто застосовуються експертні і статистичні оцінки тривалості виробничих циклів виготовлення продукції і напівфабрикатів, що актуалізують узагальнений час виконання технологічних операцій.

На їх основі розраховуються терміни запуску у виробництво партій деталей і напівфабрикатів.

Для оцінки здійсненності виробничої програми можна виділити декілька видів ресурсів, що є найбільш критичними з точки зору забезпечення доступності і нестача яких у рамках усієї виробничої програми зробить плани нездійсненними.

Джерела

1. *Заіка Ю. А.* Концептуальна модель управління економічною поведінкою промислового підприємства // *Економічний простір*. 2016. № 113. С. 136–146.
2. *Домаскіна М. М. А., Кришталь Р. Б.* Методи прогнозування збуту продукції як фактор економічної безпеки підприємства // *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського. Економічні науки*. 2017. № 2. С. 78–82.

Р. Ю. КУТОРЖЕНКО
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ФОРМУВАННЯ РЕСУРСНОЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВА

Нерозв'язність головної проблеми економіки — обмеженість ресурсів може частково вирішуватися лише ефективнішим їх використанням. Основою ефективного використання ресурсів є підкріплене науковими дослідженнями управління економічними ресурсами за допомогою заходів, спрямованих на забезпечення внутрішньої збалансованості матеріальних, трудових та фінансових ресурсів для досягнення їх оптимальної структури [3, с. 15].

Враховуючи особливості та властивості ресурсів, можна зробити висновок, що ресурсна модель кожного окремого підприємства — це унікальний набір ресурсів, способів управління ними, залучення, розвитку та використання їх у діяльності. Тому кожне підприємство має створювати власну систему ресурсів під цілі, стратегію розвитку, види діяльності. Ресурсна бізнес-модель підприємства повинна містити комплекс та комбінацію необхідних ресурсів, виходячи з цілей, видів діяльності, стратегії, бізнес-процесів. Ресурсна бізнес-модель є складовою та невід'ємною частиною загальної бізнес-стратегії на підприємствах, які використовують її у своїй діяльності [2, с. 12].

У бізнес-процесах відбувається перетворення ресурсів на результати діяльності. Тим самим, витрати ресурсів (кількісні, якісні, вартісні) визначається необхідністю їх для результату. Результативність (досягнення цілей) забезпечується правильним залученням, розвитком та використанням (застосуванням) ресурсів для виробництва товару, його продажу споживачам та управління цими процесами.

Бізнес-модель, що ґрунтується на ресурсному підході, служить для взаємозв'язку основних бізнес-процесів у забезпеченні потреб у ресурсах, їх збалансованому розподілі для використання, розвитку, накопичення ресурсів для розширеного відтворення капіталу. Виходячи з цього, процес управління ресурсами для підприємства складається з наступних підсистем:

- підсистема-інтерфейс, що здійснює взаємодію з макросередовищем (ринком постачальників);
- підсистема інфраструктури ресурсів. Інфраструктура ресурсів повинна відповідати вимогам елементів продуктової підсистеми, що їх використовують. У цій підсистемі визначаються та розвиваються вимоги до складу ресурсів, необхідних для життєдіяльності підприємства;
- підсистема обслуговування (підтримки) ресурсів, що забезпечує безперебійне постачання та підтримку необхідних кількості та якості ресурсів.

Ефективність використання ресурсної бізнес-моделі у діяльності підприємства залежить від організації функціонування її підсистем. Тому що практика показує, що підприємства, що використовують у своїй діяльності одні й ті ж ресурси, забезпечують різні результати.

Ресурсна бізнес-модель включає ключові та стратегічні ресурси.

Ключові ресурси забезпечують розвиток та конкурентні переваги підприємства, що визначаються у загальній стратегії підприємства.

Стратегічні ресурси плануються виходячи з ключових факторів успіху та властивостей VRIN: цінність ресурсів (Valuable), рідкість Ресурсів (Rare), неідеальна відтворюваність (imperfectly writable), незамінність (Non-substitutable) [2, с. 17].

Потреба в ресурсах для формування ресурсної бізнес-моделі визначається на підставі:

- характеру зовнішнього середовища;
- цілей та стратегії їх досягнення;
- продукту (ів) діяльності — товарної пропозиції;
- галузевих особливостей;
- видів та масштабів діяльності;
- позицій на споживчих ринках та ринках ресурсів;
- системи організації та управління бізнесом.

З урахуванням ресурсів, необхідні функцій управління підприємством уточнюються потреби у загальних ресурсах. При формуванні ресурсної бізнес-моделі підприємства формулюються завдання, принципи та умови залучення необхідних ресурсів, а також способи їх залучення та фінансування.

Завдання залучення ресурсів:

1. Результативність — створення продукту, реалізація споживачеві.

2. Ефективність — генерація доходів від діяльності (визнання споживачів, інвесторів, акціонерів) перевищує вартість витрачених ресурсів.

3. Ресурси мають переваги, які забезпечують тверді позиції на ринках, а також додатковий приріст капіталу у вигляді наднормального прибутку та гудвілу.

Принципи залучення ресурсів [1, с. 492]:

- альтернативність — можливі варіанти рішень;
- вибір найкращого варіанта на основі критеріїв оптимальності, що встановлюються підприємством;
- обґрунтована оцінка ресурсів з позицій: економічної, ринкової, технічної, юридичної, кадрової, ризикової та інших;
- відповідність стратегії, цілям;
- порівняння з конкурентами;
- приріст ринкових можливостей;
- вимірюваність ресурсів: натуральна, вартісна;
- продуктивність ресурсів;
- результативність — продукт проданий споживачеві (кількість, якість, переваги);

- інансовий результат: виручка, прибуток, віддача на вкладений капітал та ін.

Організація функціонування ресурсної бізнес-моделі. Функціонування ресурсної бізнес-моделі спирається на організаційну систему, яка включає:

- чітко та ясно поставлені бізнес-мети;
- стратегію досягнення цілей;
- структурування бізнесу — система прийняття та виконання рішень (стратегії), тобто організаційна структура;
- порядок та правила прийняття та виконання рішень, взаємодії в рамках організаційної структури — систему корпоративних стандартів;
- бізнес-процеси та технологію їх виконання;
- необхідну інфраструктуру для здійснення бізнес-процесів;
- забезпечення ресурсами бізнес-процесів.

Організаційна система є основою для визначення потреби в ресурсах, розподілу ресурсів між бізнес-процесами, забезпечення ресурсами, а також встановлює правила та порядок роботи з ними [3, с. 19].

Для цілеспрямованої реалізації ресурсної бізнес-моделі необхідне управління ресурсами, яке включає:

- моніторинг довкілля, що впливає ресурси;
- маркетинг зовнішніх ринків;
- планування ресурсів;
- формування інформації з ресурсів (активи – пасиви, доходи – витрати, управлінський облік та інші);
- способи та методи вимірювання та оцінки ресурсів;
- контроль та аналіз результативності та ефективності залучення, використання та розвитку ресурсів;
- мотивація за результативне та ефективне формування та використання ресурсів.

Ефективна реалізація ресурсної бізнес-моделі дозволяє спрямовувати ресурси на досягнення результативності (цілей), координувати дії та використання ресурсів між функціями системи управління, центрами відповідальності, забезпечувати ресурсами згідно з планами та графіками, вимірювати та оцінювати результативність та ефективність використання ресурсів. Збирати та обробляти інформацію, оперативно приймати рішення, стимулювати досягнення.

Переваги ресурсної бізнес-моделі підприємства:

- інструмент для прийняття рішень з позиції — “дивлячись вперед”, а не “озирнувшись назад”;
- комплексне та системне формування ресурсної бази під стратегію та систему управління реалізацією стратегії, а не хаотичних запитів підрозділів;
- орієнтація на дохідність ресурсів, їх цінність для бізнесу, а не лише на вартість ресурсів (ефективність використання ресурсів);
- раціональність розподілу ресурсів між бізнес-процесами для збалансованості стратегічного розвитку підприємства;

- контроль достатності необхідних ресурсів для виконання поставлених стратегічних завдань;
- ефективно функціонуюча ресурсна бізнес-модель підтримує "імунну систему бізнесу", яка протидіє дезорганізації діяльності та негативним змінам у зовнішній середовищі.

Джерела

1. *Скриль В. В.* Бізнес-моделі підприємства: еволюція та класифікація // *Економіка та суспільство*. 2016. № 7. С. 490–497.
2. *Смерічевський С. Ф.* Business Model Canvas як універсальна концепція управління бізнесом компанії / С. Ф. Смерічевський, О. І. Клімова // *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 9. С. 11–14.
3. *Руда Р. В.* Аналіз ефективної діяльності підприємства: необхідність та методика // *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. Донецьк : Юго-Восток. 2012. № 4. С. 14–21.

Науковий керівник: *П. І. Сокуренко, канд. екон. наук, доц.*

Д. І. КУЧЕР

Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

НЕОЛОГІЗМИ СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ

Дослідження неологізмів останнім часом набирає сили і все більше привертає увагу лінгвістів. Очевидно, що неологізми викликають почуття цікавості, оскільки досить часто вони раптово з'являються у словнику під впливом різноманітних лінгвістичних та екстралінгвістичних факторів, наприклад, таких глобальних явищ як Brexit чи пандемія COVID-19. З цієї причини дослідники роблять спроби пояснити, як вони створюються, а також класифікувати їх за різними категоріями, хоча їх підходи до систематизації досить різняться. Дослідженням проблематики присвячені роботи таких учених, як Ю. О. Жлуктенко, В. І. Заботкіна, Ю. А. Зацний, К. В. Ковтун, Л. Ф. Омельченко, В. Н. Телія О. І. Дзюбіна, Т. Данкевич, І. В. Козаченко тощо.

На сьогодні основними джерелами поповнення мов, в тому числі і англійської, є сучасні методи розповсюдження інформації, такі як Інтернет, зокрема, інформаційні та рекламні веб-сайти і соціальні медіа, що сприяють утворенню нових термінів, жаргонізмів та неологізмів, що зумовлює необхідність у завчасних та ретельних дослідженнях даного процесу.

Поняття "неологізм" відносне, і слово, що було неологізмом сто років тому не може бути ним зараз. Неологізми не можуть бути загальновживаними та знаходяться у процесі входження у загальне використання. Ця неодно-

рідність зумовлена розрізненням новизни форми слова і новизни денотата, який втілений в дану форму. Відповідно розрізняють: а) лексичні неологізми, або нові слова, які позначають нові поняття або нові об'єкти (*факс, дистрибютер, брокер, дилер, менеджер, пейджер*); б) семантичні неологізми, або старі слова, які позначають нові поняття і об'єкти (*caravan — однокімнатна квартира на колесах; to immunize (мед.) — робити вільним кого-небудь від дії деяких норм права (юр.)* [4]. За іншою класифікацією розрізняють наступні типи неологізмів: 1) фонологічні, що утворюються з окремих звуків; 2) запозичення з інших мов; 3) морфологічні, створені способом, що полягає в утворенні нових слів з морфем та включає афіксальне утворення, словоскладання, конверсію, скорочення та усічення [3].

Встановлено, що важливим сучасним джерелом поповнення лексичного складу мови новими одиницями є мережа Інтернет. Результати проведеного дослідження свідчать, що на даному етапі розвитку мови найбільш часто вживаними п'ятьма словами були, у порядку частоти, "*download*", "*tweet*", "*upload*" (ці слова можуть виступати як у ролі дієслів, так і іменників), а також "*hashtag*" та "*apps*" (можуть вживатися лише як іменники). В свою чергу ці неологізми призвели до утворення інших нових словосполучень [1].

Аналізуючи особливості відтворення сучаних новотворів англійської мови українською, слід зазначити, що власне введення неологізму в переклад може проводитися різними способами: 1) транскодуванням; 2) калькуванням; 3) описовим перекладом; 4) приблизним перекладом [5].

Медіа, будучи ретранслятором актуальних нововведень, є яскравим прикладом того, як різні методи перекладу застосовуються на практиці. Окрім того, світ технологій, що постійно змінюється, сприяє постійній зміні англійської мови, і, як наслідок, іноді жаргонізми в галузі технологій призводять до створення нових слів, а іноді — нові поняття позначаються вже існуючими англійськими словами, які отримали абсолютно нове значення, наприклад "*mouse*" або "*keyboard*" [2].

Таким чином, можна зробити висновок, що постійний розвиток є найважливішою умовою існування будь-якої мови. Розуміння поняття неологізму, специфіки його функціонування та джерел поповнення дає змогу сформувати визначення, причини виникнення, окреслити ключові функції та основні види, що в свою чергу уможливлює його краще та швидке засвоєння сучасною мовою та сприяє її збагаченню новими лексичними одиницями.

Джерела

1. *Головко О. М.* Неологізми і процеси розвитку мови // *Нова філологія: зб. наук. пр.* Запоріжжя: Запорізький нац. ун-т, 2009. № 33. С. 203–207.
2. *Головко О. М.* Роль екстралінгвальних чинників у формуванні англомовних темпоральних інновації // *Нова філологія: зб. наук. пр.* Запоріжжя: ЗНУ, 2012. № 50. С. 34–39.
3. *Дзюбіна О. І.* Особливості утворення та функціонування семантичних неологізмів англійської мови в сфері інтернет-комунікації // *Записки з романо-германської філології.* 2014. Вип. 2 (33). С. 17–23.

4. *Дячук Л. С., Довженко І. В.* Особливості відтворення неологізмів, пов'язаних з COVID-19 в англійських медійних текстах українською мовою // *Міжнародний філологічний часопис*. 2021. Т. 12. № 1. С. 80–87.
5. *Козаченко І. В.* Особливості перекладу неологізмів англійської мови // *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія "Філологія"*. 2016. № 25. Т. 2. С. 166–168.

Науковий керівник: *Г. А. Луканська, старший викладач*

Н. Г. ЛАШКО
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ОСОБЛИВОСТІ ТЕХНОЛОГІЙ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ З ПРОБЛЕМАМИ СІМЕЙНИХ КОНФЛІКТІВ

Сім'я — інститут соціального статусу, що є основою розвитку здорового суспільства, яке визначає майбутнє країни і від якого залежить не тільки інтелектуальний потенціал, але і демографічний. Тому питанню міцної сім'ї з боку науковців, психологів, таких як, Сингаївська І. В., Ткач В. В., Ткач Р. М., Васильченко О. М. [1; 2] та інших приділяється значна увага.

У ході проведеного дослідження з'ясовано, що в різні періоди соціокультурного розвитку в сімейних взаєминах спостерігаються кризові процеси, наслідками яких є його руйнування, виникнення соціально-психологічного дисбалансу дезорганізації сімейних взаємовідносин тощо. Основним спонукачем цього є сімейні конфлікти. Сімейні конфлікти — це динамічна сукупність протиріч, що виникають у подружжя внаслідок впливу як внутрішніх факторів (кохання, прив'язанність, кровна спорідненність та інші) так і зовнішніх (матеріальна складова, перезавантаженість роботою, відсутність особистого життя тощо). Сімейний конфлікт базується на зіткненні інтересів, принципів, правил членів сім'ї. Конфлікти можуть виникнути між різними членами сім'ї, але чільне місце належить подружнім конфліктам. Сімейні (подружні) конфлікти є важливим важелем функціонування та існування сім'ї, проте їх практично неможливо уникнути, так як сімейні відносини побудовані на постійній взаємодії один з одним, що неможливі без конфліктних ситуацій. Крім того кожен сімейний конфлікт має свої наслідки як конструктивного характеру — знімають напругу в сім'ї, згуртовують сім'ю, мотивують до розвитку, так і деструктивного характеру — порушення емоційного, психологічного, соціального станів, підвищення напруженності та рівня недовіри тощо.

Ситуація сьогодення свідчить про те, що більшість сімей не можуть вирішити конфліктні ситуації конструктивно, в переважній більшості це деструктивні шляхи розв'язку зазначеної проблеми, учасниками яких є діти і в майбутньому вони можуть опиратися на поведінку своїх батьків в подібній ситуації.

Отже, найчастіше відбуваються ситуації вирішення яких неможливе шляхом застосуванням такого способу, як самодопомога, такі ситуації вимагають втручання з боку фахівців із роботи з сім'єю, зокрема і фахівців із соціальної роботи.

Проте технології соціальної роботи з проблемами сімейних конфліктів повинні бути врегульовані нормативно-правовими актами у частині спеціальної роботи з сім'ями (в індивідуальній або груповій формі), у рамках якої повинні надаватися соціально-психологічні послуги в умовах роботи центрів соціального обслуговування та допомоги населення.

Однак сім'ям необхідно розуміти, що в разі виникнення та розвитку небезпечної конфліктної ситуації всередині сім'ї, їм невідкладно слід розпочати спільну взаємодію із соціальними службами, центрами та фахівцями із соціальної роботи.

Як форму профілактики сімейних конфліктів можна запропонувати активізувати створення і розвиток сімейних гуртків, у рамках яких можна організувати проведення семінарів-тренінгів на тематику конструктивної поведінки в конфлікті; проведення просвітницької роботи із сім'ями: інформування про можливості допомоги, яку можуть надати фахівці із соціальної роботи, про стратегії запобігання та позитивного розв'язання конфліктів, а також навчання правильній поведінці в конфлікті.

Таким чином, професійна діяльність фахівця із соціальної роботи з сім'ями, які потерпають від конфліктів, завжди повинна починатися з детального розгляду сімейної проблеми, на ґрунті якої виникають конфлікти. Соціальна робота з сім'ями, які опинилися під загрозою небезпечної конфліктної ситуації, є важливою, проводиться з метою стабілізувати внутрішньосімейні стосунки, допомогти осередку суспільства нормалізувати функціонування для подальшого гармонійного розвитку.

Дослідження в рамках урегулювання сімейних конфліктів фахівцями із соціальної роботи, на наш погляд, видаються перспективними, необхідно надалі продовжувати роботу в даному напрямку.

Джерела

1. *Synhaivska I. V., Tkach V. V., Tkach R. M.* (2016), Methods of Jungian analysis in resolving the internal conflict of the individual (on the example of working to find the meaning of life) // *Pravnychyi visnyk Universytetu "KROK"*. Vol. 24. P. 229–234.
2. *Vasylchenko O. M.* (2016), Modern approaches to the study of the family in psychology // *Pravnychyi visnyk Universytetu "KROK"*. Vol. 24. P. 229–234.

Науковий керівник: *І. А. Фігуровська, старший викладач*

Я. Г. ЛИСАК
ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

КРИТИЧНА ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

На усіх етапах розвитку економіки основними є саме виробничі підприємства, які створюють різні види продукції, тим самим поліпшуючи добробут як громадян, так і держави в цілому. Особливого значення набувають такі підприємства в сьогоднішніх непростих умовах, коли необхідно налагоджувати виробництво або заново, або диверсифікувати вже існуючі потужності.

На прикладі підприємства Мотор Січ(АТ Мотор Січ) розглянемо деякі особливості функціонування виробничого підприємства в умовах воєнного стану в Україні.

Історично, діяльність підприємства почалася у 1907 році, де спочатку виробляли сільськогосподарські механізми та інструменти, виконували різні види механічної обробки, відливали чавун і мідь. Подальша діяльність підприємства спеціалізувалась на розробці, виробництві, ремонті та сервісному обслуговування авіаційних газотурбінних двигунів для літаків та вертольотів, а також промислових газотурбінних установок. У 2018 році в Запоріжжі вперше піднявся в небо новий український гелікоптер виробництва “Мотор Січ” МСБ-2 “Надія”. Суттєвим вдосконаленням виробу стало те, що він на

70 % складався з композиту, а з салону було прибрано витратний бак.

Також позитивним моментом діяльності підприємства стало підписання угоди про співпрацю з Baykar Makina у Стамбулі.

Як відзначив технічний директор компанії Халюк Байрактар: “Сьогодні настав важливий момент для наших компаній. AKINCI —безпілотна система стратегічного рівня, яку вже постачають у ЗС Туреччини, є продуктом найвищого технологічного рівня, що підкреслює ефективність співпраці з Україною по частині двигунів. Це критично важливо для наших держав підтримувати одна одну”. Також зазначимо, що Мотор Січ співпрацює з багатьма іншими країнами та компаніями.

Нажаль, є і негативні ситуації на цьому підприємстві. Як вже відомо з офіційних джерел, в період повномасштабного вторгнення росії, міністерство оборони України призначило нове керівництво “Мотор Січі”. Колишнього директора компанії було заарештовано за співпрацю з ворогом, накладено арешт на майно майже як на 1 млрд гривень, в тому числі вилучено 100 % корпоративних прав. Таким чином, підприємство переходить у державну власність, та працює в інтересах ЗСУ.

Як було зазначено, досліджуване підприємство виготовляло авіадвигуни, допоміжні силові установки, наземні газотурбінні двигуни, електростанції тощо. Проте, наразі точно невідомо, яка ще продукція стоїть на виробництві

Мотор Січ, і враховуючи обставини військового часу на сьогодні це є великою таємницею зараз, і сподіваємось, буде хорошою новиною в майбутньому.

Для оцінки фінансового стану Мотор Січ нами розраховано відповідні коефіцієнти, проаналізувавши які можна зробити висновки, що підприємство не залежить від зовнішніх джерел фінансування, здатне профінансувати необоротні активи і частину оборотних. Дефіциту грошових коштів не спостерігається. Загалом підприємство має нормальний фінансовий стан та багато позитивних факторів для подальшої більш ефективної фінансової та виробничої діяльності.

Джерела

1. https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D1%82%D0%BE%D1%80_%D0%A1%D1%96%D1%87
2. https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3321798-motor-sic-ta-baykar-makina-pidpisali-ugodu-pro-spivpracu.html

Науковий керівник: *А. Г. Єфременко, канд. екон. наук, доц.*

Ю. В. ЛИТВИН

Національний університет "Львівська політехніка"

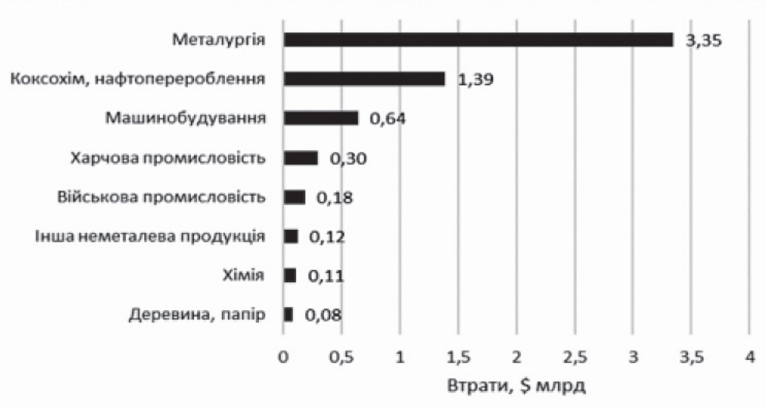
ВАЖЛИВІСТЬ ЕКОНОМІЧНОГО ФРОНТУ ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ В УКРАЇНУ

Під час повномасштабної війни прогнозовано, що увага акцентується саме на військовому фронті та новин із поля бою. Безумовно, що це є найважливішим для нас зараз, але не варто забувати про економічний фронт, який підтримують усі громадяни України.

Оцінюючи стан економічної ситуації в країні найкраще орієнтуватися на рівень ВВП. За даними Мінекономіки [1], у вересні, як і у серпні, падіння ВВП становило приблизно 35 %. Загалом за підсумками перших трьох кварталів 2022 року, ВВП скоротився 30 %. Тобто, загальне виробництво товарів і послуг в Україні скоротилося на третину, зменшилася кількість робочих місць, зменшились обсяги податкових надходжень тощо. Цьогоріч, у 2022 р. кожна третя особа втратила роботу і має труднощі із працевлаштуванням.

Багато людей у суспільстві стверджують, що в період повномасштабного вторгнення російської федерації економічна роль і економічні питання – це другорядні проблеми, але це не так. Доведено, що без працюючої економіки ворога здолати неможливо.

Для того, щоб зрозуміти, наскільки змінився стан економіки після повномасштабного вторгнення проаналізуємо рис.



Втрати державного бюджету України після 24.02.2022 року
Джерело: побудовано автором за [2]

Втрати від недоотримання податкових коштів становлять мільярди доларів США, головно, у важкій промисловості, яка, традиційно, відігравала роль бюджетонаповнювача. У часі війни, значна частина державного бюджету спрямовується на підтримку армії, інша її частина — на відновлення зруйнованої інфраструктури та допомогу населення. Не секрет, що витрати зростають щоденно, тому економіка країни перебуває у фазі спаду.

Розуміючи суть проблеми, стверджуємо, що, насамперед, важливо акумулювати зусилля уряду та приватного сектору для спільного подолання цього непростого періоду у часі повномасштабної війни. У перші дні нападу, прем'єр-міністр Денис Шмигаль звернувся до громадян [1], щоб люди відновлювали роботу, підтримували бізнес, якщо потрібно здійснили релокацію виробництва у безпечніші райони.

У березні 2022 року Верховна Рада ухвалила закон, який передбачає "додаткові податкові стимули для підтримки бізнесу під час війни" [1]. Загалом — приблизно 40 податкових та інших змін. У тому числі спрощена система оподаткування для великого бізнесу та послаблення податкового тиску для ФОПів різних категорій [1]. Ці урядові податкові ініціативи покликані стимулювати та підтримати роботу підприємств через: кредит під 0 % на суму до 60 мільйонів гривень; скасування обмежень, які стосувалися бізнес-плану чи робочих місць; заплановано, що після завершення воєнного стану кредитна ставка становитиме 5 %. Ті підприємства, які перебувають у зоні активних бойових дій, з допомогою державної підтримки здійснюють релокацію у безпечніші регіони країни. Держава організовує безоплатний переїзд до місця тимчасового переміщення, допомагає із пошуком виробничих та господарських приміщень, забезпечує поселення працівників і підбір персоналу на нових місцях.

Спостерігаємо, що керівний топ-менеджмент держави приймає багато оперативних і потрібних рішень, для своїх громадян, спрямованих на вирішення основних проблем у критичних ситуаціях. Для стабілізації економічної ситуації потрібно не панікувати, а виконувати свою звичну роботу, звичайно, з

урахуванням усіх безпекових заходів. Саме завдяки функціонуванню бізнесу громадяни мають роботу, сплачують податки, наповнюють бюджет.

Отже, підсумовуючи вище сказане, ми підкреслюємо важливість підтримки економіки України, адже основний її ресурс — це люди. Підтримуючи свою країну, ми наближаємось до перемоги.

Джерела

1. The Village. Чому важливий економічний фронт? URL : https://www.the-village.com.ua/village/business/reopen-ukraine-ekonomichnyi-front/331949-ekonomichniy-front-open-ukraine.
2. KSE. URL : https://kse.ua/ua/about-the-school/news/za-tizhden-pryami-vtrati-ekonomiki-ukrayini-cherez-viynu-zrosli-na-12-2-mlrd/

Науковий керівник: *О. І. Корицька, канд. екон. наук*

Н. О. ЛОБОДА
канд. екон. наук, доцент кафедри обліку, аналізу і контролю

В. А. БІЛЕЦЬКИЙ
бакалавр,
Львівський національний університет імені Івана Франка

ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА ЯК ФАКТОР СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ

Розвиток цифрової економіки має значний вплив на соціально-економічний розвиток регіонів, забезпечуючи можливості для створення нових галузей економіки, збільшення зайнятості та покращення якості життя населення, але вимагає вирішення складних викликів та розробки ефективних стратегій та політик для підтримки цього процесу.

Зважаючи на те, що цифрові технології та Інтернет-інфраструктура мають значний потенціал для розвитку економіки регіонів, варто розглянути можливості, які вони надають. Зокрема, цифрові технології можуть бути застосовані для автоматизації та оптимізації виробничих процесів, що дозволить збільшити продуктивність роботи та знизити витрати на виробництво. Крім того, цифрові технології можуть бути використані для розвитку електронної комерції та онлайн-сервісів, що дозволить створити нові робочі місця та збільшити обсяги економічної діяльності в регіонах.

Проте, на шляху досягнення цих цілей можуть виникати певні перешкоди та виклики, зокрема:

- недостатня інфраструктура та доступ до технологій у деяких регіонах [1];

- нестабільність економічного та політичного середовища;
- недостатня кваліфікація та знання у сфері цифрових технологій у місцевих жителів та підприємців [2].

Для подолання цих викликів та перешкод, необхідно виробляти стратегії та політики, які сприятимуть розвитку цифрової економіки в регіонах. Зокрема, державні та місцеві органи влади можуть забезпечити підтримку підприємців та малих та середніх підприємств, що займаються розробкою цифрових технологій та інновацій, а також забезпечити доступ до фінансових ресурсів та відповідної інфраструктури.

Крім того, розвиток цифрової економіки може привести до зменшення відстаней та покращення доступу до ринків. Завдяки цифровим технологіям, малі та середні підприємства можуть легше займати своє місце на міжнародному ринку, що сприяє зростанню економічного потенціалу регіонів. Однак, розвиток цифрової економіки може також створювати нові соціальні та економічні проблеми для регіонів. Наприклад, можуть виникати проблеми з безпекою даних, збільшуватися ризик кібератак та інші форми кіберзлочинності. Крім того, цифрові технології можуть змінити сфери зайнятості та призвести до зникнення деяких професій.

Для підтримки розвитку цифрової економіки в регіонах необхідно впроваджувати відповідні стратегії та політики. Наприклад, уряд може сприяти створенню центрів дослідження та розробок з цифрових технологій, підтримувати стартапи та малі підприємства в цифровій галузі, забезпечувати швидкий та надійний Інтернет-доступ для населення та бізнесу, та створювати сприятливе законодавство щодо цифрових технологій та Інтернет-бізнесу.

У випадку, якщо програмне забезпечення для ведення бізнесу не задовольняє вимоги підприємства, можна скористатись послугами аутсорсингу, що набуває значної популярності сьогодні. Аутсорсинг (походить від англ. “Outside resource using” — “використання зовнішніх ресурсів”) — це процес залучення сторонніх осіб або організацій за межами вашої компанії, як на місцевому, так і на міжнародному рівні, для виконання певних ділових операцій. Це звичайна ділова практика, яка дозволяє компаніям будь-якого розміру рости в міру необхідності, без значного ризику або інвестицій [3].

Таким чином, розглянувши питання вплив діджиталізації на соціально-економічний розвиток регіонів можна прийти до висновку, що розвиток цифрової економіки може мати значний вплив на соціально-економічний розвиток регіонів, проте для ефективного використання цього потенціалу необхідні відповідні стратегії та політики, а також уважна увага до можливих ризиків та проблем, які можуть виникнути.

Джерела

1. “Україна 2030Е — країна з розвиненою цифровою економікою”. URL: https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html (дата звернення 15.03.2023).

2. Про схвалення Концепції розвитку цифрових компетентностей та затвердження плану заходів з її реалізації. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/167-2021-%D1%80#Text (дата звернення 15.03.2023).
3. IT-процесінг у національній обліковій практиці / Лобода Н. О., Чабанюк О. М., Шевчук Ю. І. // *Економічні студії*. 2019. Вип. 4 (26). С. 97–100.

Л. О. ЛОМОВСЬКИХ
Державний біотехнологічний університет

ВПЛИВ СУЧАСНИХ ГЛОБАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ НА РОЗВИТОК РЕГІОНІВ

Актуальність даної теми важко переоцінити, оскільки сучасні глобальні проблеми, такі як зміна клімату, економічна глобалізація, демографічні зміни, технологічний прогрес, мають глибокий вплив на регіони по всьому світу.

Існує низка глобальних проблем, які мають значний вплив на розвиток регіонів. Серед них такі.

Зміна клімату є однією з найактуальніших глобальних проблем нашого часу. Це спричиняє підвищення рівня моря, екстремальні погодні явища та зміни в екосистемах, що може мати значні економічні, соціальні та екологічні наслідки для регіонів у всьому світі.

Швидкий технологічний прогрес, особливо в сферах автоматизації та штучного інтелекту, трансформує багато галузей і професій. Це може призвести до значних економічних і соціальних збоїв у регіонах, які сильно залежать від традиційних галузей промисловості [1, с. 58, 2].

У багатьох регіонах спостерігаються такі демографічні зміни як старіння населення, зниження народжуваності та еміграція молоді. Це може мати значні економічні та соціальні наслідки, зокрема такі як нестача робочої сили, зменшення податкових надходжень і навантаження на соціальні служби.

У міру зростання населення світу та зростання попиту на природні ресурси регіони можуть зіткнутися з дефіцитом ресурсів і їх виснаженням. Це може мати значні економічні, соціальні та екологічні наслідки, особливо для регіонів, які значною мірою залежать від видобутку ресурсів або сільського господарства.

Глобальна тенденція до урбанізації трансформує багато регіонів, оскільки населення концентрується в містах і міських центрах. Це може створити нові економічні можливості та соціальні інновації, але також може призвести до таких проблем, як перенаселеність, погіршення стану навколишнього середовища та навантаження на інфраструктуру.

Нерівність у доходах викликає дедалі більше занепокоєння в багатьох регіонах, оскільки багатство та можливості все більше зосереджуються в ру-

ках небагатьох. Це може призвести до соціальних і політичних заворушень і може обмежити економічний потенціал менш забезпечених регіонів.

Пандемія COVID-19 продемонструвала значний вплив пандемій здоров'я на регіони по всьому світу. Вони можуть порушити економічну діяльність, навантажити системи охорони здоров'я та призвести до значних соціальних і політичних змін.

Зростаючий взаємозв'язок світової економіки створює нові можливості для участі регіонів у міжнародній торгівлі та інвестиціях. Однак це також може створити нові виклики, такі як конкуренція з боку дешевих виробників з інших частин світу [3, с. 222].

Політична нестабільність і конфлікти в різних частинах світу мають значні різнопланові ефекти в регіонах. Наприклад, потоки біженців спричиняють додаткове навантаження на соціальні служби та інфраструктуру, тоді як економічні санкції порушують торгівлю та інвестиції.

Таким чином, враховуючи глибокий вплив, який вищеперелічені проблеми справляють на регіони в усьому світі, складний і взаємопов'язаний характер цих глобальних проблем, для регіонів надзвичайно важливо розуміти наслідки, їхній потенційний вплив і розробляти стратегії адаптації та процвітання перед обличчям цих викликів. Це вимагає співпраці та координації між різними зацікавленими сторонами в регіоні, а також прийняття інноваційних та сталих підходів до розвитку.

Джерела

1. *Goel A. K., Marchenko M., Iefremov A.* Digitalization of economic planning of competitive marketing activities in the conditions of globalization / Глобалізація та розвиток інноваційних систем: тенденції, виклики, перспективи: матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф., 3–4 листопада 2022 р. ДБТУ. Харків, 2022. С. 58–59.
2. *Єфремова Н. О.* Організаційно-економічний механізм управління інноваційною діяльністю аграрних підприємств // *Галицький економічний вісник.* 2023. № 2.
3. *Ломовських Л. О.* Глобальні проблеми світової продовольчої безпеки / Глобалізація та розвиток інноваційних систем: тенденції, виклики, перспективи: матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф., 3-4 листопада 2022 р. ДБТУ. Харків, 2022. С. 222.

Г. А. ЛУКАНСЬКА
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТА СПЕЦИФІКА ВПРОВАДЖЕННЯ МОДЕЛІ "БАРНАХУС" В УКРАЇНІ

Проблема насильства над дітьми є глобальною та має глибокі наслідки. За даними ВОЗ, чверть дорослого населення планети зазнала фізичного на-

сильства в дитинстві; кожна п'ята жінка та один із 13 чоловіків у дитячому віці стикалися з жорстоким поводженням або сексуальним насиллям [4], що призвело до порушення їх фізичного та психічного здоров'я, вплинуло на їх подальшу соціалізацію. Саме тому, залежно від специфіки правової системи, соціального устрою чи культурних традицій, у різних країнах почали впроваджувати численні практики з захисту дитини від насильства та подолання його наслідків, зокрема і, визнаною у світі високоефективною, модель "Барнахус".

Барнахус (від barna hús — у перекладі з ісландської мови "будинок для дітей") — це місце, де багатопрофільна міжвідомча команда, до якої входять представники правоохоронних органів, кримінального судочинства, служб захисту дітей, а також медичні працівники і працівники сфери захисту психічного здоров'я, співпрацює, щоб забезпечити дітям — жертвам та свідкам насильства — скоординований ефективний захист, послуги та правосуддя, дружнє до дітей [3].

Проведений аналіз існуючих моделей "Барнахус" дозволяє виокремити їх наступні характеристики:

• незважаючи на певні національні відмінності моделей, задіяні спеціалісти та установи, а також цілі та завдання є ідентичними ;

• модель є інтегрованою в загальну систему захисту дітей та кримінального правосуддя;

• визначальним є принцип доброзичливості і дружнього ставлення до дітей, постраждалих від насильства та жорстокого поводження;

• персонал центру складається з соціальних працівників та психологів, а спеціалісти інших інституцій запрошуються у випадку необхідності, на координаційні зустрічі тощо;

• основоположним є принцип роботи усіх спеціалістів з постраждалою дитиною "під одним дахом" (міждисциплінарна та міжвідомча співпраця), що має на меті недопущення повторної травматизації та зменшення навантаження на дитину в процесі кримінального розслідування, підвищення його якості та настання покарання [1];

• з метою створення відповідного середовища комфорту та довіри структура діяльності центру передбачає заходи в умовних "чотирьох кімнатах": 1. Захист дітей; 2. Кримінальне розслідування та судове провадження; 3. Медичний огляд та лікування; 4. Обстеження та лікування психічного здоров'я;

• діяльність центрів здійснюється на основі 10 стандартів, основна мета яких полягає у створенні загальної операційної й організаційної системи, яка сприяє практиці, що запобігає повторній травматизації, забезпечуючи прийнятні для суду свідчення, та гарантує, що практика відповідає правам дитини на захист, допомогу та дружнє до дитини правосуддя [2]: 1) заснований на трьох ключових принципах, які визначають міждисциплінарну взаємодію у роботі за моделлю "Барнахус" (інтереси дитини на першому місці в роботі та ухваленні рішень; гарантування та повага права дитини на вираження поглядів та отримання інформації; уникнення невиправданих затримок); 2) багатопрофільне та міжвідомче співробітництво; 3) інклюзивна цільова

група; 4) сприятливе для дітей середовище; 5) міжвідомчий розгляд справ; 6) судово-медична співбесіда; 7) медична експертиза; 8) терапія; 9) розбудова потенціалу; 10) профілактичні заходи [1].

Аналізуючи стан проблеми в сучасній Україні слід зазначити, що ситуація наразі ускладнюється відсутністю узгодженості дій органів та служб, що мають стояти на захисті та діяти в інтересах дитини. Недосконалість механізму роботи з дітьми, що постраждали від насильства, призводить до ще більшої їх травматизації та віктимізації, що тягне за собою як погіршення психологічного стану дитини, так і загрозу неналежного покарання за даний злочин, оскільки через відсутність комфортного середовища довіри дитина може не надати переконливих доказів для проведення належного розслідування та винесення справедливого вироку. Тому необхідність та актуальність впровадження в Україні однієї з кращих світових практик із захисту дитини від насильства та подолання його наслідків у формі міжвідомчої та міждисциплінарної співпраці із застосуванням спеціальних інструментів та методик не викликає сумнівів і вимагає подальшого дослідження з метою її вдосконалення та адаптації до національних реалій.

Джерела

1. Модель "Барнахус". Загальна характеристика і впровадження в Україні. К.: Міжвідомча координаційна рада з питань правосуддя щодо неповнолітніх, 2022. 52 с.
2. Правовий аналіз роботи моделі "Барнахус" в Україні / О. Л. Халдорссон, Т. Бугаєць. Рада Європи, 2021. URL: https://rm.coe.int/legal-analysis-ukr-web/1680a317f5 (дата звернення: 15.02.2023).
3. Barnahus. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Barnahus (дата звернення: 15.02.2023).
4. Child maltreatment. URL: https://bit.ly/3Mk3hFN (дата звернення: 10.02.2023).

Є. О. ЛУТАЙ
ПрАТ ВНЗ "МАУП"

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Проведення якісного аналізу фінансового стану підприємства, а також достовірний вибір методу його оцінки є однією з найактуальніших проблем сучасного економічного простору. Варто зазначити, що будь-який аналіз фінансових показників визначено нормативно-правовою базою, яка дозволяє підприємству залишатися в рамках законодавства та вести свій бізнес абсолютно законно.

Аналіз фінансового стану підприємства реалізується за допомогою різних методів та прийомів. Існують різні класифікації методів фінансового аналізу Насправді вироблені такі методики аналізу бухгалтерської звітності: горизонтальний, вертикальний, коефіцієнтний, порівняльний, трендовий, факторний" [1].

Горизонтальний аналіз має на увазі під собою позиційне зіставлення даних фінансової звітності з попереднім проміжком часу для виявлення тенденції зміни показників, а також аналіз динаміки їх структури.

Визначити "абсолютні та відносні зміни в різних статтях фінансової звітності" [1] за аналізований період та оцінити їх — це головна мета горизонтального аналізу.

За допомогою цього методу визначаються тенденції зміни окремих статей та проводиться обчислення темпів зростання.

Вертикальний аналіз, який також називається структурний, — це визначення структури підсумкових фінансових показників, з подальшим виявленням впливу кожної позиції звітності на результат загалом.

"...Вертикальний аналіз дає можливість проводити оцінку діяльності підприємства за відносними показниками, що, у свою чергу, дозволяє оцінити структуру активу та пасиву балансу, визначити частки окремих статей звітності у валюті балансу. Метою вертикального аналізу є розрахунок частки окремих статей в результаті балансу та оцінки їх динаміки для того щоб скласти прогноз структурних змін активів і джерел їх покриття" [2].

"...Трендовий аналіз є порівняння кожного елемента фінансової звітності з низкою попередніх періодів задля її подальшого визначення основний тенденції динаміки показників".

"...Порівняльний аналіз ділиться на внутрішньоорганізаційний, тобто відбувається порівняння основних показників діяльності підприємства, його дочірніх організації та структурних підрозділів і міжгалузевої, у якому порівнюються показники організації з показниками конкурентів і середньогалузевими показниками" [3].

"...Цей вид аналізу дозволяє проводити порівняння: фактичних показників із плановими для оцінки обґрунтованості планових рішень; фактичних показників із нормативними для виявлення внутрішнього резерву виробництва; фактичних значень показників звітного періоду з аналогічними за минулі роки для виявлення динаміки параметрів, що вивчаються; фактичних значень показників організації зі звітними даними інших підприємств (еталонних чи середніх по галузі)" [4].

Методи, що використовуються для аналізу — графічний, табличний та коефіцієнтний.

"...Графічний метод фінансового аналізу дозволяє оцінити фінансовий стан як організації загалом, і окремих об'єктів фінансового аналізу" [3].

"...Для реалізації табличного методу аналізу та оцінки необхідне використання розрахункових таблиць абсолютних значень показників та його питомих величин, темпу зростання оцінки показників структури, динаміки і структурної динаміки" [3].

"...Фінансові коефіцієнти — це відносні показники фінансового стану організації, які використовуються для дослідження змін стійкості фінансового становища підприємства міста і проведення порівняльного аналізу фінансового становища кількох компаній" [3].

Джерела

1. *Беседін В.* Створення, становлення і трансформування системи планування в Україні // *Економіка України*. 2018. № 4 (485).
2. *Бець М.* Планування рентабельності виробництва // *Економіка України*. 2020. № 2 (459).
3. *Біла О. Г.* Фінансове планування і прогнозування: навч. посіб. Львів: Компакт-ЛВ, 2015. 312 с.
4. *Білик М. Д.* Бюджетування в системі фінансового планування // *Фінанси України*. 2003. № 3(88).

Науковий керівник: *В. В. Татарінов, канд. екон. наук, доц.*

Р. В. ЛУЦЕНКО
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ВПЛИВ МОЛОДІЖНИХ СУБКУЛЬТУР НА ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТОСТІ МОЛОДІ

Свідомість молодої людини має особливу сприйнятливість, здатність переробляти і засвоювати величезний потік інформації. У цей час розвиваються критичність мислення, прагнення дати власну оцінку різним явищам, йде пошук аргументації, формується оригінальність мислення. Нестійкість і суперечливість молодіжної свідомості дуже впливають на багато форм поведінки та адаптацію особистості. Молодіжна свідомість детермінована низкою об'єктивних обставин

Залежно від особливостей самодіяльності молоді можна класифікувати молодіжні групи та рухи [2, с. 34–35]:

1. Агресивна самодіяльність

Базується на найпримітивніших уявленнях про ієрархію цінностей, заснованих на культі осіб. Примітивізм, наочність самоствердження. Популярна серед підлітків і молоді з мінімальним рівнем інтелектуального та культурного розвитку.

2. Епатажна (фр. *epater* — вражати, дивувати) самодіяльність

Базується на виклику нормам, канонам, правилам, думкам як у повсякденних, матеріальних формах життя — одязі, зачісці, і у духовних — мистецтві, науці. "Виклик" агресії на себе з боку інших осіб, щоб тебе "помітили" (панк-стиль і т. д.)

3. Альтернативна самодіяльність

Базується на виробленні альтернативних системно суперечать загальноприйнятим моделям поведінки, які стають самоціллю (хіпі, кришнаїти і т. д.)

4. Соціальна самодіяльність

Спрямована на вирішення конкретних соціальних проблем (екологічні рухи, рухи за відродження та збереження культурно-історичної спадщини тощо).

5. Політична самодіяльність

Субкультурний вплив проявляється через дотримання моди, використання жаргону, що прямо впливає на мовлення, стиль, побудова образів у носіїв субкультури

Майже у всіх молодіжних субкультурах важливу роль відіграє зовнішній вигляд. В цьому також проявляється і реалізується надзвичайно важливе для особистості, що формується, почуття приналежності: щоб бути повністю “своїм”, потрібно виглядати “як всі”, і розділяти загальні захоплення. Крім того, зовнішній вигляд, мода це — засіб самовираження: молодіжний стиль претендує на унікальність і експериментальність, всіляко підкреслюючи свою відмінність від “інших”; як тільки суспільство прийме його, як цей стиль відразу ж втрачає свій динамізм [1, с. 33].

Мода також є засобом комунікації та ідентифікації: сприйняті зором (одяг, зачіска) та слухом (мова, музика) знаки служать молодій людині засобом показати, хто вона така, і розпізнати “своїх”. Нарешті, це засіб придбання статусу в своєму середовищі, оскільки норми і цінності молодіжної субкультури являються груповими, набуття їх (наприклад, вміння розбиратися в рок-музиці) стає обов’язковим і служить засобом самоствердження.

Бажання виділитися, зробити так, щоб оточуючі тебе помітили, звернути на себе увагу властиве майже всім людям будь-якого віку. Доросла, самостверджена людина робить це непомітно, використовуючи своє суспільне становище, досягнення в роботі, освіченість, культурний багаж, досвід спілкування і багато іншого.

У період ранньої юності, коли людина тільки починає жити, соціальний багаж, як і уміння його використовувати, значно бідніший. Разом з тим, зустрічаючись з новими людьми, молоді люди значно частіше за дорослих опиняються в ситуації “оглядин”. Звідси — особлива цінність яскравих зовнішніх аксесуарів, розрахованих на привертання уваги. Адже серед багатолюдного натовпу на охайно одягненого юнака ми просто не звернемо увагу, а варто йому лише одягнути ланцюг на шию, а на зап’ястя — залізний браслет, чорну футболку з логотипом якогось рок-гурту чи шкіряну куртку і “хлопчик без імені” перетвориться на “металіста”. В такому вигляді кожен його помітить[3, с. 679].

Отже, такий своєрідний маскарад допомагає молодій людині вирішити багато особистих проблем, в тому числі, і найважливішу: оточуюче людство безвідмовно признає факт його існування на землі. Багато молодих людей використовує такий прийом, відносячи себе до тої чи іншої субкультури, імітуючи тільки зовнішній вигляд, деколи навіть не цікавлячись історією чи

ідеями угрупування. Таких “неформалів” називають “позерами”, на відміну від “try” — “справжніх”, які сповідують всі “закони” та ідеї молодіжного угрупування.

Не менш важливою для членів кожної субкультури є музика, яку вони слухають. Психологічні функції цієї музики такі ж різнобічні, як і вона сама та її прихильники. Одному вона дає розрядку емоційного напруження. Другому — відчуття внутрішнього духовного звільнення, відключення від прози буднів. Третьому — відчуття комунікативної легкості, злиття з гуртом. Причому одна і та ж сама музика може по-різному впливати на різних людей.

Проте, звісно, є і негативні сторони окремих молодіжних субкультур. У розважально-музичних — це інфантильність (дорослі діти), у ескапістських — десоціалізація (невміння співжити в суспільстві, досягати в ньому успіху, безнадійна втеча), у деструктивних — кримінальна відповідальність. Майже у всіх — нездоровий спосіб життя [2, с. 52].

Одним з негативних наслідків належності молоді до субкультури може бути завищена самооцінка, що також впливає на відносини з оточуючими. У молодих людей із завищеною самооцінкою дуже яскраво помітна така вада характеру, як негативізм, тобто протидія усякому зовнішньому втручанню в своє життя. У поєднанні з почуттям дорослості негативізм часто виявляється у таких проявах підліткової поведінки, як словесна грубість, розбещеність, тютюнопаління, вживання спиртних напоїв та наркотиків, гра в азартні ігри, схильність до суїциду, тощо. До того ж, у деяких субкультурах такий спосіб життя є нормою [27].

Бажання належати до якоїсь субкультури можна пояснити прагненням до довіри у взаємодії з оточуючими. Довіра до товариша реалізується у сфері інтимно-особистісного спілкування, головна мета якого — розуміння й саморозкриття. Адже у юнацькому віці потреба в спілкуванні з дорослими не завжди знаходить своє задоволення, що негативно позначається на розвитку особистості. Юнаки та дівчата значно частіше, ніж люди старшого віку, відчувають себе самотніми. Але відчуття самотності виникає не від зовнішньої ізоляції, не від поганого оточення, а від неможливості висловити в спілкуванні всю повноту відчуттів. Належність до субкультури дає таку можливість [3, с. 680].

Між членами субкультури часто виникають дружні стосунки. Однією з головних неусвідомлюваних функцій такої дружби є підтримка самоповаги. Юнацька дружба іноді виступає як своєрідна форма “психотерапії”, дозволяючи молодим людям висловити почуття й знайти підтвердження їх у того, хто поділяє їх сумніви, тривоги, надії. Юнацька потреба в саморозкритті часто переважає інтерес до розкриття внутрішнього світу іншого, спонукаючи не тільки обирати друга, скільки вигадувати його.

У субкультурі кожен прагне знайти своє, особливе місце в колективі, для молодих людей важливо не “злитися” з групою, а зробити так, щоб його чули і цінували. Лише наймолодші учасники субкультури — підлітки можуть сліпо підкорятися колективу і вважати його єдиним авторитетом [1 с. 36].

Зовнішній вигляд, одяг чи зачіска молодіжної субкультури часто викликає нарікання і роздратування дорослих. Справа не тільки в різниці смаків батьків та дітей, а в тому, що діти хочуть відрізнятися від старших, і найлегше це зробити саме за допомогою зовнішніх аксесуарів. Одяг та зовнішній вигляд людини є не що інше, як засіб комунікації, за допомогою якого особистість інформує оточуючих людей про свій статус, смаки, тощо [2, с. 88].

Отже, не потрібно ідеалізувати молодіжну субкультуру, адже на рівні з потенціалом оновлення вона має свою небезпеку. Звична для всіх стратегія — осуду і заборони — вже доказала свою неефективність. Нетерпимість суспільної думки тільки сприяє розвитку підліткового нігілізму і манірності. Друга стратегія — всеобіймаюче прийняття будь-яких молодіжних течій теж нереальна: не всі течії молодіжної субкультури нас влаштовують, до того ж, вони самі на таку асиміляцію не підуть. Залишається лише діалог. Потрібно вміти співпрацювати і ламати однобічні уявлення про власне суспільство. Зрозуміти його внутрішню структуру, не відрізуючи елементів, що здаються зайвими. Працюючи з неформальною молоддю, ми самі повинні навчитися жити в неформальному суспільстві.

Джерела

1. *Артьомов П. М.* Типологізації молодіжних субкультур: аналіз основних напрямків та нових засад // *Соціологія майбутнього : науковий журнал з проблем соціології молоді та студентства.* 2011. № 2. С. 32–37.
2. *Бусел Ю.* Сучасні молодіжні субкультури : пофігізм чи протест? К. : Шкільний світ, 2009. 96 с.
3. *Васильчук Є. О.* Молодіжні субкультури, контркультура та антикультура: особливості співвідношення, взаємодії та полярності у політичних процесах // *Гілея: наук. вісн. : зб. наук. пр.* / гол. ред. В. М. Вашкевич. К. : ВІР УАН, 2012. Вип. 61 (№ 6). С. 677–683.

Науковий керівник: *П. І. Сокуренко, канд. екон. наук, доц.*

М. А. ЛУЦЕНКО

Придніпровський інститут ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ РЕАБІЛІТАЦІЇ МОЛОДІ, ЯКА ЗВІЛЬНЯЄТЬСЯ З МІСЦЬ ПОЗБАВЛЕННЯ ВОЛІ

Чимало людей може потрапити в незрозумілі та неприємні ситуації, які призводять до тяжких наслідків, або ж навмисно скоїти злочин, за який передбачено тяжке покарання у вигляді позбавлення волі. Такий вид покарання наступає для більшості вікових категорій, зокрема, і для молоді. Проблема

соціально-психологічної реабілітації в сучасному суспільстві є надзвичайно актуальною та відіграє важливу роль в житті молодих людей, які були позбавленні волі у віці (25–30 років), коли людина починає розкривати свій потенціал та готується до створення сім'ї. Програма має бути об'ємною та багатогранною, охоплювати всі сфери життя ув'язненого, як під час позбавлення волі, так і після звільнення [4], оскільки наслідки даного виду покарання можуть бути різноманітні, наприклад, дезорієнтація, втрата життєвого досвіду, цінностей, віри, почуття провини, суїцидальні думки, злість та агресія тощо. Більш того, все це ускладнюється відчуттям несприйняття близьким оточенням та зневаги з боку суспільства в цілому. Виникають проблеми з працевлаштуванням, обслуговуванням, медичними послугами, юридичними питаннями, втратою попередніх соціальних зв'язків [1].

З метою вирішення та запобігання вищезазначених проблем до соціальної реабілітації молоді залучають різноманітні державні та спеціалізовані соціальні служби. На сьогодні вони уповноважені державою здійснювати соціальний супровід молоді, яка перебуває у місцях позбавлення волі та повертається з них. Але поки що центрами ССМ не відпрацьовано механізм соціального супроводу молодої особи за наступною схемою: СІЗО — виховна або виправна колонія [1]. Передбачається створення центрів соціальної адаптації, будинків нічного або тимчасового перебування звільнених осіб. Спеціалізовані центри ре-соціалізації та адаптації можуть бути створені на базі ЦСССДМ, до структури повинні входити служби соціального супроводу молоді, яка повернулась з місць позбавлення волі, та кризові центри тимчасового перебування для молодих осіб цієї категорії, які потрапили у складну життєву ситуацію [3]. Відповідно до "Угоди між Українським Державним центром соціальних служб для молоді і Департаментом України з питань виконання покарань" ЦСССДМ створює в установах виконання покарань консультаційні пункти для надання індивідуальної психолого-педагогічної, правової та інформаційно-консультативної допомоги засудженій молоді; розробляє науково-методичні матеріали з проблем соціальної реабілітації під час відбування покарання та після звільнення з місць позбавлення волі [2].

Наступним кроком є визначення обов'язків даних центрів, що мають: визначити потребу у наданні соціально-педагогічних, соціально-медичних, соціально-економічних, психологічних, юридичних та інформаційних послуг, здійснення соціального патронажу; сприяти зміцненню родинних та суспільно корисних зв'язків, здобуттю освіти, вирішенню питань трудового і побутового влаштування; здійснювати заходи, спрямовані на формування та закріплення здорового способу життя, профілактику наркоманії, алкоголізму, соціально небезпечних хвороб, зокрема, ВІЛ/СНІД; організовувати і проводити дні соціальних служб у підрозділах інспекції; розповсюджувати інформаційно-довідкову та соціально-рекламну продукцію; консультувати персонал інспекції з питань соціально-виховної та психологічної роботи; брати участь у проведенні навчально-практичних семінарів для персоналу інспекції з питань ре-соціалізації дітей та молоді [3].

Тож, дослідивши питання соціально-психологічної реабілітації та її проблеми, можемо зробити висновок, що закладена основа соціально-психологічної реабілітації є досить дієвою та в перспективі має приносити позитивні результати. Проте все ж вона має недоліки, зокрема, не завжди враховує реалії сучасності та часом є лише формальною як в закладах позбавлення волі, так і в реабілітаційних центрах, і, відповідно, потребує подальшого вивчення та доопрацювання з метою вдосконалення.

Джерела

1. *Бамбурак Н. М.* Особливості соціально-психологічної адаптації колишніх ув’язнених // *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ.* 2014. № 2. С. 190–199.
2. Про затвердження Порядку взаємодії центрів соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді і установ виконання покарань у проведенні соціальної роботи з неповнолітніми та молоддю, які відбувають покарання в цих установах і звільняються з них. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1425-05#Text (дата звернення: 27.02.2023).
3. Про соціальну адаптацію осіб, які відбували покарання у виді обмеження волі або позбавлення волі па певний строк: Закон України (зі змінами, внесеними згідно із Законом № 5462-VI (5462-17) від 16.10.2012). URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/ show/3160-17 (дата звернення: 27.02.2023).
4. *Тимошко Г. М.* Організація діяльності державних і спеціалізованих соціальних служб: навч. посіб. Ніжин: Видавець ПП Лисенко М. М., 2011. 248 с.

Науковий керівник: *Г. А. Луканська, старший викладач*

В. М. ЛУЦИК

ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

РОЛЬ СУДУ НА СТАДІЇ ПОПЕРЕДНЬОГО СЛУХАННЯ

Попередньому слуханню характерна низка специфічних завдань, розв’язуваних цьому етапі судочинства.

До цих завдань необхідно відносити з’ясування наявності (або відсутності) перешкод для розгляду справи по суті, забезпечення належних умов переходу справи до рамок наступної стадії. На успішну реалізацію виконання цих завдань мають бути націлені всі судові дії та рішення.

Клопотання, необхідні для вирішення питань про проведення слухання, можуть бути подані обвинуваченим, його захисником, цивільним позивачем, потерпілим, цивільним відповідачем, їх представниками, а також прокурором після його ознайомлення з усіма матеріалами справи або протягом 3 діб після відправлення ним справи до суду та вручення обвинуваченому копій обвинувального акта або обвинувального висновку.

За наявності питань, які вирішуються лише у процесі проведення попереднього слухання, суддя виносить ухвалу щодо її призначення.

Законом також передбачено призначення слухання з ініціативи судді, коли є підстава для повернення справи прокурору з метою усунення перешкод розгляду в рамках судового розгляду, у випадках, згаданих у п. 1–5 частини 1 ст. 237 КПК України.

У випадках якщо сторонами заявлено було клопотання про виключення неприпустимого доказу, тобто отриманого з порушенням процесуального порядку, копія такого клопотання повинна передаватися іншій стороні на день заяви клопотання до суду.

Як ще один привод проведення попереднього слухання виступає наявність підстав для припинення або зупинення кримінальної справи.

Кримінально-процесуальним законодавством України передбачено зупинення провадження у таких випадках: якщо обвинувачений втік, а місце перебування його невідоме; якщо обвинувачений тяжко захворів, і це підтверджено медичним висновком; якщо судом надіслано запит до Конституційного Суду України, або прийнято скарги щодо відповідності закону, що підлягає застосуванню або застосованого у даному кримінальному провадженні, Конституції України; якщо відомо місце знаходження обвинуваченого, але відсутня реальна можливість участі у судовому розгляді.

У процесі попереднього слухання ведеться відповідний протокол, з яким можуть ознайомитись сторони, подати зауваження на нього у загальному порядку (статті 234, 260 КПК України).

Розглянемо порядок попереднього слухання:

- відкриття засідання суду, оголошення учасників, які з’явилися на виклик, перевірка особи обвинуваченого та вручення йому копій обвинувального акта або обвинувального висновку, вирішення питань про відведення;
- розгляд клопотань і заслуховування заперечень і думок сторін щодо клопотань;
- ухвалення судового рішення за результатами попереднього слухання, що підлягає оголошення на судовому засіданні.

Таким чином, попереднє слухання являє собою порядок підготовки до судового засідання, який обумовлений специфічним колом питань, які вирішує суддя, особливості процедури проведення, види рішень, що підлягають прийняттю за результатами попереднього слухання.

Джерела

1. Кримінальний процесуальний кодекс України: Закон України від 13.04.2012. // *Голос України*. 2012. 19 травня (№ 90–91).
2. Кримінальний процесуальний кодекс України [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4651–17
3. Кримінальний кодекс України: Чинне законодавство зі змінами та допов. / Україна. Закони. К.: Алерта; ЦУЛ, 2011. 174 с.

4. Про забезпечення права на справедливий суд: Закон України від 12 лютого 2015 року // *Відомості Верховної Ради України*. 2015. № 18; 19–20. Ст. 132.
5. Про судоустрій і статус суддів: Закон України від 7 липня 2010 року // *Відомості Верховної Ради України*. 2010. № 41–45. Ст. 529.
6. Кримінальне процесуальне право України : навч. посіб. / За ред. В. Г. Гончаренка та В. А. Колесника. К.: Юстиніан, 2014. 576 с.

Науковий керівник: *Н. М. Ляпунова, канд. юрид. наук, доц.*

А. С. ЛЯХОВ
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Ефективність маркетингової кампанії — це співвідношення між впливом результатів маркетингової кампанії та ресурсами, що використовуються для досягнення цієї дії. Так як це умовна величина, результативність однієї і тієї ж процедури може змінюватись в залежності від завдань, визначених діяльністю [1].

А. Войчак зазначив, що "...ефективність відображає збільшення та формування економічних об'єктів, тобто градаційні чисельні зміни, відображені в чисельних ознаках, а також уміння до наступних чисельних змін та градаційних високоякісних змін, оскільки саме вона обумовлюється відповідністю між результатом і витратами на забезпечення результату, як правило, пов'язаний зі структурною динамікою об'єкта. Подібним способом ефективність стає відносною оцінкою роботи" [2].

Оцінюючи продуктивності маркетингових послуг слід точніше визначити методи й мети, які потрібно досягти. Вона містить у собі завдання оцінки, цільову аудиторію і те, де і як використовувати результати [2].

Пропонується використовувати такі методи:

1. Якісний. Він використовується маркетинговим аудитом, що забезпечує всебічний моніторинг зовнішнього середовища підприємства та всіх можливостей та небезпек. Слід розрізняти ринкові аудити, створені задля результат, і ринкові аудити, які передбачають аналіз якості організаційної діяльності.

2. Кількісний. Цей метод аналізу продуктивності маркетингової діяльності включає зіставлення витрат, що з виручeною валової прибутковістю, витратами рекламну кампанію, характеристику кінцевих економічних значень підприємства показників.

3. Соціологічний. Метод моніторингу ефективності маркетингової політики полягає у використанні інструментів практичної соціології, тобто у формуванні соціологічного дослідження та проведенні даного дослідження на базі цієї розробки.

4. Метод аналізу, використовуваний з метою оцінки результативності маркетингу. Визначає результативність будь-якої події на основі списку показників співвідношення, відповідності маркетингових підходів процесам та структурам, та обчислює оцінку, плагійовану будь-якому аспекту [1].

За нестачі єдиної методики оцінка ефективності маркетингових послуг визначається окремо для будь-якої фірми залежно від виду структури та ринку, в якому функціонує фірма. У більшості випадків основним аспектом оцінки ефективності рекламних послуг вважається практичне надходження коштів з рахунку компанії протягом конкретного етапу періоду. Подібна оцінка не повною мірою відображає цілі та завдання маркетингових служб [1].

Характеристики активів бренду містять визначеність бренду, частину ринку, умовну вартість, кількість претензій, охоплення, загальну кількість покупців, якість, що сприймається, і лояльність покупців [2].

Можна констатувати, що ми розглянули відповідальність маркетингових служб, вибір структури маркетингової служби та умови для ефективної роботи. Ми встановили блоки, куди поділяється формальна структура маркетингових послуг. Ми встановили характеристики, від яких залежить структура маркетингової служби. Запропоновано черговість організаційної структури управління маркетингом. Виходить, що на додаток до невеликого штату та традиційних завдань маркетингова функція покладена на експерта з одним або двома помічниками [2].

Завдання відділу маркетингу може бути покладено інші відділи. Описано найпоширеніші типи маркетингової організаційної структури вітчизняних компаній, і навіть виділено особливості маркетингових функцій за умов вітчизняного ринку. Певні “міфи” або помилки щодо маркетингу. Найбільш доступними розробками для невеликого бізнесу вважаються: SWOT-аналіз, сегментація ринку, технічна та економічна допомога маркетингових фірм і сукупність маркетингу [2].

Висновок. За підсумками можна зробити такі висновки. Маркетинг — це процедура здійснення особистих та організаційних цілей за допомогою обміну, розробки, ціноутворення, просування та здійснення ідей, товарів та послуг, що відповідають особистим та організаційним цілям.

Джерела

1. *Войчак А. В.* Маркетингові дослідження: навч.-метод. посібник для самостійного вивчення дисциплін. К.: КНЕУ, 2021. 119 с.
2. *Гаркавенко С. С.* Маркетинг: підручник. К.: Лібра, 2019. 712 с.

Науковий керівник: *В. В. Татарінов, канд. екон. наук, доц.*

А. В. МАКАРЕНКО
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПОНЯТТЯ "СОЦІАЛЬНА АДАПТАЦІЯ": ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ І НАУКОВІ ПОГЛЯДИ

Проблема соціальної адаптації дітей старшого дошкільного віку є не новою. З огляду на те, що українська система освіти має власні унікальні риси, пов'язані і з історією, і з менталітетом, доцільно розглядати проблему соціальної адаптації з позиції, представленої в роботах вітчизняних дослідників. Відразу слід зазначити, що визначень поняття "адаптація" у вітчизняній літературі — велика множина. Це пов'язано з тим, що визначення цього терміну не обмежується лише педагогікою і психологією, а також розглядається у багатьох громадських і природних точних науках.

Загальне поняття про адаптацію виходить від латинського і означає буквально "пристосування". Виходитимемо з того, що будь-яка адаптація людини до чого-небудь — це саме пристосування, прийняття зовнішнього середовища до виконуваної їм самим діяльності (трудова, учбова) [2].

А. Баркан представляє адаптацію як "процес входження особи в деякі нові умови і освоєння нею норм, правил і цінностей, нових соціальних ролей і прийняття їх" [1].

Звертаючись до визначення терміну "адаптація", дане в педагогіці, виявляємо, що це не що інше як пристосування одного індивіда до іншого. Так, вихователь може пристосовуватися до нових дітей в дитячому саду, і навпаки.

У психологічній науці питанню і проблемам розвитку адаптаційних можливостей індивідуумів завжди відводилося досить значиме місце, починаючи з XX ст. Розглянемо деякі з представлених у вітчизняній літературі визначень терміну "адаптація".

Стосовно поняття "Соціальна адаптація" можна говорити, що воно має безпосереднє відношення до пристосування індивіда до соціуму. Так, дитина дошкільного віку зазвичай уперше опиняється в новій незвичній для себе обстановці, поступаючи в дитячу дошкільну освітню організацію. Наступна принципово нова для нього середа буде вже в школі. Слід також відмітити, що процес соціалізації це єдиний комплекс взаємодії батьків(сім'ї) і дошкільної або шкільної установи. Первинна соціалізація в основному формується в сім'ї, а соціалізація більше вищого порядку обов'язково вимагає наявність "зовнішнього світу", інших людей, що виходять за межі кола осіб, відомих дитині.

На сьогодні з абсолютною точністю можна сказати про те, які елементи мають бути включені в соціальну адаптацію, щоб ними оперувати і проводити аналіз — неможливо. Різні автори по-різному трактують складові цього процесу, як і початок періоду соціальної адаптації.

Дослідження багатьох українських науковців спираються на базу конфліктології, де автор стверджує, що є тісний зв'язок між тим, наскільки успішно проходить адаптація і тим, наскільки конфліктний старший дошкільник. У свою чергу, автор приходить до висновку про те, що конфліктність провокує надалі відсутність успіхів в соціалізації дошкільника, а надалі — і молодшого школяра [3, с. 30].

На думку В. Мушинського, "в соціальній адаптації важливим чинником є співвідношення акомодації і асиміляції". Ці поняття в процесі адаптації став уперше розглядати Ж. Пиаже. Тоді як акомодація забезпечує модифікацію функціонування організму до умов зовнішнього середовища, то асиміляція служить зміні тих або інших компонентів цього середовища. Як рахує О. Чоботько, "таке розуміння двох чинників адаптації дуже важливе для розробки напрямів зовнішньої дії на процес адаптації в педагогіці".

Таким чином, ці поняття повинні розглядатися в соціальній адаптації першокласників як ключові.

Джерела

1. *Баркан А.* Дети нашего времени. М.: АСТ, Астрель, 2010, 411 с.
2. Енциклопедія освіти / Акад. пед. наук України; гол. ред. В. Г. Кремень. К.: Юрінком Інтер, 2008. 1040 с.
3. *Кудрик Л., Сурмяк Ю.* Індиго: Діти Нової Свідомості: посібник для вчителів, вихователів і батьків. Львів: СПОЛОМ, 2008. 176 с.
4. *Мушинський В.* Психологічні особливості дітей, які виховуються поза сім'єю // *Соціальний педагог (Шкільний світ)*. К.: Вид. дім "Шкільний світ", 2009. № 2. С. 33–37.
5. *Чоботько О.* Соціалізація особистості дитини, позбавленої батьківського піклування // Актуальні проблеми розвитку економіки, освіти та науки в умовах трансформації суспільства. X науково-практична конференція викладачів, співробітників та студентів. Тези. Чернігів: ЧДІЕіУ, 2006. С. 144–145.

Науковий керівник: *Л. А. Олексієнко, канд. пед. наук, доц.*

С. В. МАКАРОВ
Н. А. ПРОКОПЕНКО
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО СТАНУ – ЗАПОРУКА СТАБІЛЬНОЇ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах сьогодення запорукою виживання та основою стабільної роботи підприємства служить фінансовий стан, тому його оцінка відіграє важливу роль у діяльності підприємства та є найважливішою його економічною характеристикою.

Фінансовий стан відображає такий стан фінансових ресурсів, при якому підприємство вільно маневрує грошовими коштами та шляхом ефективного їх використання здатне не тільки забезпечити безперебійний процес виробництва та реалізації продукції, а також його розширення та оновлення.

Сутність фінансового стану полягає в рівновазі грошового обігу, у здатності своєчасно розраховуватися за своїми зобов'язаннями, в позитивних фінансових результатах. Тому всі показники фінансового стану можна об'єднати в дві групи. Перша група — показники надійності, тобто здатність підприємства виконувати свої зобов'язання. Друга група — показники дохідності.

Забезпечення ефективного функціонування підприємства вимагає економічно грамотного управління його діяльністю, яке багато в чому визначається вмінням аналізувати. За допомогою фінансового аналізу вивчаються тенденції розвитку, глибоко та системно досліджуються фактори зміни результатів діяльності, обґрунтовуються бізнес-плани та управлінські рішення, здійснюється контроль за їх виконанням, виявляються резерви підвищення ефективності виробництва, оцінюються результати діяльності підприємства, виробляється економічна стратегія його розвитку [1].

У зв'язку з цим управлінському персоналу, щоб забезпечити належну роботу підприємства в умовах ринкової економіки, необхідно вміти реально оцінювати фінансовий стан як свого підприємства, так і його контрагентів. Для цього потрібні знання методів аналізу фінансового стану та наявність відповідного інформаційного забезпечення.

З усього зазначеного можна зробити висновок, що фінансовий стан підприємства — це комплексне поняття, яке відображає всі сторони діяльності підприємства та її кінцеві результати.

Джерела

1. Моделі і методи прийняття рішень в аналізі та аудиті: навч. посіб. / О. В. Сметанко та ін.; за ред. О. В. Сметанко. Київ: ЦУЛ, 2013. 456 с.
2. *Чемчикаленко Р. А., Сукрушева Г. О., Ткаченко А. Ю.* Теоретичні основи управління фінансовим станом підприємства // *Гроші, фінанси і кредит.* 2019. № 27. URL: http://www.market-infr.od.ua/ journals/2019/27_2019_ukr/56.pdf (дата звернення 02.03.2023).
3. *Чепка В. В., Свідерська І. М., Гавриленко Ю. О.* Фінансовий стан підприємства: теоретичні основи // *Інвестиції: практика та досвід.* 2020. № 19–20. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/19-20_2020/17.pdf (дата звернення 03.03.2023).

Науковий керівник: *Ю. М. Заволока, канд. екон. наук, доц.*

З. М. МАЛЬКО
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ПОБУДОВА ОПТИМАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ОЦІНКИ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Продумана система стимулювання персоналу дозволяє організації контролювати та ефективно управляти витратами на робочу силу забезпечуючи при цьому наявність необхідних фахівців. Оскільки витрати на робочу силу є основною статтею витрат для більшості сучасних організацій, ефективне управління ними має важливе значення для загального успіху організації. Низька оплата праці може підірвати здатність компанії реалізовувати свої стратегічні завдання. Водночас невиправдано високі витрати на заробітну плату можуть призвести до банкрутства.

Створити систему винагород, яка б дозволила отримувати максимальну віддачу від співробітників, сприяла б збільшенню прибутковості компанії, — непросте завдання.

Основними принципами оптимальної системи стимулювання персоналу є [2, с. 41]:

- стратегія кадрового управління має вписуватися у загальну стратегію діяльності організації;
- спрямованість системи оптимальної мотивації праці має відповідати стратегії кадрового управління;
- система оптимальної мотивації праці має враховувати стадію, де знаходиться організація (становлення, функціонування, розвиток).

При цьому створюючи систему оптимального стимулювання персоналу необхідно враховувати зовнішні обмеження системи, якими в ринкових умовах є [1, с. 6]:

- правове середовище (система оптимальної мотивації праці має враховувати існуюче трудове та інші законодавства);
- економічне середовище (система оптимальної мотивації праці має враховувати ситуацію на ринку праці та загальні економічні умови в державі, регіоні тощо);
- соціальне середовище (система оптимальної мотивації праці має враховувати середній рівень життя (прожитковий мінімум), особливості професійних та громадських об'єднань, до яких так чи інакше включені співробітники організації, рівень злочинності, перспективність регіону, рівень напруженості тощо);
- політична ситуація (система оптимальної мотивації праці повинна враховувати загальнополітичну ситуацію, що склалася в регіоні (наявність страйків, страйків тощо);
- фактори технологічного розвитку галузі;
- екологічні фактори;

- соціокультурні фактори.

Відповідно до наведених зовнішніх факторів, які необхідно враховувати при побудові оптимальної системи стимулювання персоналу, розглянемо стратегічні орієнтири в управлінні мотивацією та стимулюванням персоналу (на різних стадіях організації) [3, с. 154].

Виявляючи мотиваційну складову на різних стадіях існування організації з урахуванням введених психологічних акцентів, можна виділити загальні стратегічні орієнтири в управлінні мотивацією та стимулюванням персоналу.

Введемо два загальні принципи в управлінні стимулюванням персоналу:

1. Система оптимального стимулювання персоналу повинна підтримувати "дії" співробітників, найбільш прийнятні в організацію нині ("тут і тепер").

2. Система раціонального стимулювання персоналу повинна мати спрямованість підтримку у персоналу мотивації участі у вдосконаленні діяльності організації, тобто. роботи на перспективу організації

На стадії становлення організації притаманні такі стратегічні мотиваційні орієнтири:

- харизма лідера, особистий приклад та зараження співробітників ентузіазмом, оптимізмом, енергією, командним духом;
- активність лідера у вирішенні конфліктів та протиріч у колективі;
- заохочення активної особистісної позиції членів організації;
- побудова та трансляція лідером картини "Великих перспектив" організації;
- моральне (по можливості, матеріальне) стимулювання винахідливості, оперативності тощо;
- розподіл завдань, функцій з урахуванням схильностей людей (давати людям цікаву для них роботу).

Відповідно, на стадії становлення організації, основними акцентами мотивації мають стати [1, с. 9]:

- при індивідуально-суб'єктній спрямованості працівника — стабільність матеріального стимулювання; перспективи підвищення зарплати та соціального статусу;
- при суб'єктній спрямованості працівника — гарантованість більшої стабільності; організаційну підтримку; захист від проблемного режиму шляхом постановки конкретних завдань; схвалення позитивних результатів у присутності колективу; стимулювання повноцінного, відкритого спілкування та довіру;
- при особистісній спрямованості працівника — стимулювання творчої активності; делегування вирішення проблем; стимулювання ініціативи аналізу та вдосконалення діяльності; доручення нового незвіданого фронту роботи; прояв довіри до професіоналізму; залучення до співучасників у нормотворчості; підтримка у донесенні ефективних ідей та шляхів їх реалізації до колективу.

На етапі функціонування можна виділити такі напрями мотивації та стимулювання персоналу:

- стимулювання чіткої відповідності своєму функціоналу та нормам позиційної взаємодії (для суб'єктної спрямованості);
- стабільне матеріальне стимулювання та підвищення зарплати відповідно до результатів роботи та рівня кваліфікації (для всіх працівників, особливо для індивідуально-суб'єктної спрямованості);
- заохочення вдосконалення майстерності працівників (стимул для індивідної спрямованості — підвищення зарплати, для суб'єкта — підвищення професіоналізму, для особистісного акценту — можливість саморозвитку та більшого внеску у діяльність організації);
- надання ініціативи у вдосконаленні способів вирішення складних завдань (для суб'єкта) та проблем (для особистісної спрямованості);
- впровадження системи стимулів, що дозволяють працівникам самим "керувати" своєю заробітною платою (при підвищенні обсягу та якості своєї роботи отримувати більше — для індивідуального спрямування).

Джерела

1. *Дороніна М. С.* Протиріччя в мотивації управлінського персоналу промислових підприємств / М. С. Дороніна, Т. С. Черкашина // *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі.* 2013. № 1. С. 4–15.
2. *Капустянський П. З.* Мотивація праці персоналу сучасних організацій (організаційно-управлінський аспект): монографія. Київ : ІПК ДСЗУ, 2007. 155 с.
3. *Притула О. В.* Мотиваційні механізми та їх використання у сфері підприємництва : монографія / за ред. д.е.н., проф. ІРД НАН України М. А. Козоріза. Львів : ІРД НАН України, 2013. 216 с.

Науковий керівник: *П. І. Сокуренко, канд. екон. наук, доц.*

Я. В. МАЛЬКО
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ З ОСОБАМИ ПОХИЛОГО ВІКУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Соціальна робота сьогодні є одним із важливих складових інституту соціальної допомоги вразливому населенню. Такою категорією є особи похилого віку, які потребують не тільки уваги та допомоги, головним для них є бути потрібним суспільству, приносити користь, бути активним учасником суспільного простору та суспільного розвитку. Саме сьогодні, в умовах воєнного стану кількісна складова даної категорії збільшилася, соціально-психологічний стан осіб похилого віку погіршився, підвищився рівень страху, напруження, тривоги. Це все вимагає посилення ролі соціальної роботи з особами похилого віку у частини удосконалення форми роботи з ними шля-

хом використання досвіду інших країн, зокрема США, Чехії, Швецарії, та знайти нові більш дієві шляхи в соціальній роботі з особами похилого віку, а також шляхом правового врегулювання [1].

Одним із важливих ефективних механізмів розв'язання та пом'якшення соціальних проблем громадян похилого віку в умовах воєнного стану є організація їхнього соціального обслуговування. Соціальне обслуговування — це комплекс заходів соціальних інститутів обслуговування вразливого населення, яке опинилося під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів в складній життєвій ситуації, на основі соцпідтримки, надання ряду соціальних послуг в частині побуту, медицини, педагогіки, адаптації, конфліктології тощо.

Складну соціально-економічну ситуацію допомагають пом'якшити стаціонарні та нестаціонарні заклади соціального обслуговування [2; 3]. Вони активно сприяють поліпшенню якості життя людей похилого віку, створюють умови для оптимізації їхнього життєвого укладу та розв'язання різноманітних проблем, пов'язаних із психологічною допомогою та підтриманням здоров'я.

Отже, перспективи вдосконалення організації соціальної роботи з людьми похилого віку полягають в правильному виявленні проблеми особи даної категорії, оцінці його потреби, усіх чинників, що впливають на нього та його проблему; плануванні оптимальних дій; виборі відповідних методів, засобів розв'язання проблем.

За результатами проведеного дослідження з'ясовано, що подальші перспективи вдосконалення організації соціальної роботи з людьми похилого віку в умовах соцінститутів полягають в досконалій організації соціального супроводу, а саме в соціальній підтримці, та передбачає надання допомоги конкретній особі комплексу соціальних послуг.

Так одним із важливих та перспективних напрямків вдосконалення організації соціальної роботи з людьми похилого віку в умовах соціальних інститутів є створення сенсорної кімнати. Сенсорна кімната сприятиме наданню комплексної та ефективної допомоги особам похилого віку, і, відповідно, сприятиме підвищенню рівня та якості їхнього життя у стаціонарних умовах.

Отже, реалізація вищезазначеного вплине на поліпшення емоційного стану осіб похилого віку, допоможе задовільнити їх інтереси та потреби, активізувати та мобілізувати їх ресурсний потенціал та підвищити вагомість соціальної роботи з людьми похилого віку.

Джерела

1. *Архипова С. П.* Організаційно-педагогічні аспекти надання освітніх послуг в умовах "Університету Третього Віку". Освіта дорослих як фактор розвитку дорослої людини в умовах сучасних соціальних змін. Черкаси, 2012. С. 12–19.
2. *Кабаченко Н.* Радикальні підходи у соціальній роботі // *Соціальна політика і соціальна робота*. 2004. Х2. С. 112–121.
3. *Мацкевич Ю. Р.* Старі люди і соціум: ретроспективний аналіз взаємостосунків // *Наукові записки Вінницького держ. пед. університету. Серія: Педагогіка і психологія*. 2001. Вип. 4. С. 21–25.

Науковий керівник: *І. А. Фігуровська, старший викладач*

Д. О. МАРКОВА
студентка І курсу бакалаврату факультету міжнародної торгівлі та права, Державний торговельно-економічний університет

ІТ-МАРКЕТИНГ, ЯК СПОСІБ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ ТОРГІВЛІ У СФЕРІ МАРКЕТИНГУ

Маркетинг є важливою складовою економічної системи України. Але наразі через активні військові дії певна кількість українських підприємств зазнала значних збитків і руйнувань. Ці події призвели до розкриття проблем маркетингової сфери з новою силою. Переміщення клієнтів, відсутність маркетингової стратегії та системної програми лояльності у більшості підприємств, недооцінені можливості інтернаціоналізації операцій, низький рівень вивчення нових потреб і потенційного ринку — це неповний список поточних проблем [1]. Вони вирішуються через приділення уваги маркетинговим кампаніям і виділення на них певну суму грошей та часу.

Але за статистикою більшого успіху досягає IT-маркетинг через розвиток електронної комерції [2, с. 397–398]. Певні напрями цього виду маркетингу допомагають швидше розповсюджувати інформацію про продукт і, охоплюючи більшу або чітко вказану групу споживачів, спонукати їх до покупки.

Стрімкий розвиток електронної комерції сприяє виникненню і швидкому освоєнню нових технологій в сфері інтернет-маркетингу. Маркетингові IT мають основні напрями, що відповідають за певні обов'язки.

• *Creative маркетинг.* Одне з завдань такого напряму є створення креативів "під ключ" — від ідеї до кінцевого готового матеріалу. Прикладами таких креативів можуть бути будь-які елементи рекламного оголошення — картинка, текст або й сам банер. Друге завдання цього напряму — це розробка креативної стратегії просування продукту та продумування нових концепцій, адаптування креативів під різні категорії користувачів, спираючись на аналітику рекламних кампаній. Цей напрям допоможе візуально привабити потенційного покупця.

• *Performance-маркетинг* передбачає собою закупівлю трафіку через різні платформи (Google Ads, Facebook Ads, LinkedIn Ads тощо) і роботу з аналітикою та креативами для реклами — банерами, відео, текстом. Головне завдання спеціалістів цього напряму — це просування в розміщення реклами на платформах з найбільшою кількістю потенційних покупців.

• *SEO-оптимізація.* Цей напрям відповідальний за виведення сайтів на верхівку органічного пошуку Google або інших пошукових систем. Щоб цього досягти фахівці цього напряму займаються оптимізацією контенту (тобто, роблять текст таким, що відповідає критеріям пошуковиків), створенням семантичних ядер (підбірки ключових слів), аналізом результатів та конкурентів. Такий напрям IT-маркетингу допоможе зробити сайти виробників помітнішими на фоні конкурентів.

• *E-mail маркетинг*. Розробляє стратегії просування продукту за допомогою поштових розсилок, працює з клієнтською базою, аналізує показники та оптимізує їх. Він має зробити так, щоб листи підприємств читали. Такий напрям призначений для привернення уваги лояльних покупців

• *Аналітика*. Завдання цього напряму полягає в правильній інтерпретації даних маркетинговим аналітиком й наданні іншим маркетологам інсайди: яка аудиторія найкраще окупається, на яку платформу чи країну варто звернути увагу та інвестувати в неї більше ресурсів тощо. Розвиток такого напряму дозволить мати більшу кількість інформації для гарного функціонування інших основних напрямів [3].

Отже, для подальшого розвитку підприємств і пожвавлення їх маркетингової активності в умовах війни доцільно використовувати головні напрями ІТ-маркетингу. Враховуючи їх різну функціональну роль, кожному з цих напрямів треба приділяти увагу рівноцінно. Активний інтернет-маркетинг допоможе охопити більшу кількість потенційних покупців і збільшити обсяг продажу.

Джерела

1. Маркетинг у воєнний та післявоєнний час. URL: https://iib.com.ua/ru/novosti-mib/item/5884-marketing-u-voenniy-ta-pislyavoenniy-chas.html (дата звернення 18.03.2023).
2. *Плоскіна А. А., Лялюк А. М.* Тенденції та перспективи розвитку інтернет-маркетингу в Україні // XIV Міжнародної наук.-практ. конф. аспірантів і студентів “Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень” (12–13травня 2020 року). 2020. С. 397–398.
3. Генератори ідей та рішень: чим: займаються маркетологи в ІТ-компаніях. URL: https://happymonday.ua/chym-zajmayutsya-marketology-v-it#:~:text=Performance-%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3,%D0%B1%D0%B0%D0%BD%D0%B5%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B8%2C%20%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%B5%D0%BE%2C%20%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%BC (дата звернення 17.03.2023).

Науковий керівник: *О. М. Іванова, канд. екон. наук, доц.*

М. В. МАРЧЕНКО

здобувач другого рівня вищої освіти,
Міжрегіональна Академія управління персоналом

ВЕРХОВНА РАДА УКРАЇНИ В СИСТЕМІ ВЛАДИ УКРАЇНИ

Відповідно до положень ч. 1 ст. 76 Конституції України Верховна Рада України має монокамерну структуру, тобто становить собою одну палату.

Формування чисельного складу Верховної Ради відбувається на основі Закону України "Про вибори народних депутатів України", прийнятого 17 листопада 2011 року, який передбачив перехід до нової, пропорційної системи виборів.

Ефективність діяльності Верховної Ради залежить як від її складу, так і від її структури. Конституція України 1996 р. в цілому залишила загальну структуру Верховної Ради без змін у вигляді однопалатного парламенту, проте значно оновила окремі її інститути.

За чинною Конституцією Верховна Рада України є однопалатним парламентом, який складається з 450 народних депутатів, що обираються на основі загального, рівного і прямого виборчого права шляхом таємного голосування терміном на 5 років. Структура Верховної Ради України складається з:

1. Голова Верховної Ради України.
2. Перший заступник Голови Верховної Ради України.
3. Заступник Голови Верховної Ради України.
4. Комітети Верховної Ради України.
5. Рада голів комітетів Верховної Ради України.
6. Лічильна комісія Верховної Ради України.
7. Тимчасові спеціальні комісії Верховної Ради України.
8. Тимчасові слідчі комісії Верховної Ради України.
9. Спеціальна тимчасова слідча комісія Верховної Ради
10. Депутатські фракції у Верховній Раді України.
11. Погоджувальна рада депутатських фракцій.
12. Найстаріший за віком депутат у Верховній Раді України.

Голова Верховної Ради України - це керівна посадова особа парламенту, яка обирається з числа народних депутатів України шляхом таємного голосуванням через подання бюлетенів на строк повноважень Верховної Ради України.

Перший заступник і заступник Голови Верховної Ради України — це посадові особи Верховної Ради України, які обираються з числа народних депутатів України відкритим поіменним голосуванням більшістю народних депутатів України від конституційного складу парламенту, кандидатури яких вносяться в порядку, визначеному для внесення кандидатури на посаду Голови Верховної Ради України.

Комітети Верховної Ради України — це органи Верховної Ради України, які утворюються з числа народних депутатів України для здійснення за окремими напрямами законопроектної роботи, підготовки і попереднього розгляду питань, віднесених до повноважень Верховної Ради України, виконання контрольних функцій.Рада голів комітетів Верховної Ради України утворюється з метою загальної координації та узгодження роботи комітетів парламенту.

Лічильна комісія Верховної Ради України згідно зі ст. 17 Закону України "Про Регламент Верховної Ради України" обирається для організації голосувань Верховної Ради України і визначення їх результатів.

Тимчасові спеціальні комісії Верховної Ради України — це тимчасові колегіальні органи парламенту України, що утворюються з числа народних депутатів України, які дали згоду на це, для підготовки і попереднього розгляду питань за дорученням Верховної Ради України, а також для доопрацювання проектів законів та інших актів парламенту.

Тимчасові слідчі комісії Верховної Ради України — це тимчасові колегіальні органи парламенту України, що утворюються з числа народних депутатів України, які дали згоду на це, для проведення розслідувань з питань, що становлять суспільний інтерес.

Спеціальна тимчасова слідча комісія Верховної Ради України — це тимчасовий колегіальний орган парламенту України, який утворюється з числа народних депутатів України з урахуванням принципу пропорційного представництва депутатських фракцій, а також спеціального прокурора і трьох спеціальних слідчих для розслідування обставин щодо вчинення Президентом України державної зради або іншого злочину в межах процедури розгляду питання про усунення глави держави з поста в порядку імпічменту.

Депутатські фракції у Верховній Раді України — це об'єднання депутатів у парламенті на партійній основі.

Погоджувальна рада депутатських фракцій у Верховній Раді України — це консультативно-дорадчий орган парламенту, до складу якого входять Голова Верховної Ради України, його Перший заступник і заступник, голови депутатських фракцій і депутатських груп (з правом ухвального голосу) та голови комітетів (з правом дорадчого голосу) і який створюється для попередньої підготовки і розгляду організаційних питань роботи Верховної Ради України, зокрема підготовки розкладу пленарних засідань та тижневого порядку денного пленарних засідань парламенту.

Найстаріший за віком депутат у Верховній Раді України наділений згідно зі ст. 79 Конституції України відповідним обсягом повноважень, зокрема зачитує присягу перед відкриттям першої сесії новообраної Верховної Ради України, після чого депутати скріплюють цю присягу своїми підписами під її текстом.

Важливою ознакою Верховної Ради України є постійнодіючий характер. Основний Закон України (ч. 1 ст. 76) чітко визначив строк повноважень Верховної Ради України — п'ять років.

Український парламент є повноважним, тобто може розпочати свою діяльність, за умови дотримання таких основних вимог:

обрання не менше двох третин від його конституційного складу (ч. 2 ст. 82 Конституції України);

складення присяги народними депутатами України перед відкриттям першої сесії новообраної Верховної Ради України (ст. 79 Конституції України).

Повноваження Верховної Ради України припиняються у день відкриття першого засідання Верховної Ради України нового скликання (ч. 1 ст. 90 Конституції України). У разі закінчення строку повноважень Верховної Ради України під час дії воєнного чи надзвичайного стану її повноваження продовжуються до дня першого засідання першої сесії Верховної Ради Укра-

їни, обраної після скасування воєнного чи надзвичайного стану (ч. 4 ст. 83 Конституції України). Відтак конституційна норма про те, що строк повноважень Верховної Ради України становить п'ять років (ч. 5 ст. 76 Конституції України), має досить умовний характер.

Можливість дострокового припинення повноважень Верховної Ради України визначена ч. 2 ст. 90 Конституції України.

Дострокове припинення повноважень парламенту — виняткове право глави Української держави. Ініціатива розпуску Верховної Ради України належить Президентові України, будь-яка інша посадова особа чи державний орган не уповноважені вчиняти такі дії. Водночас розпуск парламенту — це право Президента України, а не обов'язок. Глава держави має право підписати відповідний Указ, суворо дотримуючись Конституції України, а не керуючись власними уподобаннями. Розпуск Верховної Ради України здійснюється на основі Указу Президента України про дострокове припинення повноважень парламенту з одночасним призначенням дати позачергових виборів до Верховної Ради України.

Президент України має право достроково припинити повноваження Верховної Ради України, якщо:

1) протягом одного місяця у Верховній Раді України не сформовано коаліцію депутатських фракцій відповідно до статті 83 цієї Конституції;

2) протягом шістдесяти днів після відставки Кабінету Міністрів України не сформовано персональний склад Кабінету Міністрів України;

3) протягом тридцяти днів однієї чергової сесії пленарні засідання не можуть розпочатися.

Рішення про дострокове припинення повноважень Верховної Ради України приймається Президентом України після консультацій з Головою Верховної Ради України, його заступниками та головами депутатських фракцій у Верховній Раді України.

Повноваження Верховної Ради України, що обрана на позачергових виборах, проведених після дострокового припинення Президентом України повноважень Верховної Ради України попереднього скликання, не можуть бути припинені протягом одного року з дня її обрання.

Повноваження Верховної Ради України не можуть бути достроково припинені Президентом України в останні шість місяців строку повноважень Верховної Ради України або Президента України.

Джерела

1. *Лавренюк С.* Еволюція влади. Виконавча гілка. XIII Країна потребує переходу до парламентсько-президентської республіки // *Голос України*. 2006.
2. *Шевчук А.* Фракційна структура Верховної Ради України: етапи становлення та перспективи розвитку // *Часопис Парламент*. 2001. № 1. С. 11.

Науковий керівник: *Г. О. Кузьменко, доктор філософії в галузі публічного управління та адміністрування.*

М. В. МАРЧЕНКО
Державний біотехнологічний університет

ПЕРВАГИ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ В УПРАВЛІННІ ПРОЄКТАМИ ПІДПРИЄМСТВ І РЕГІОНІВ

Однією з найважливіших переваг цифрових інструментів в управлінні проєктами є можливість обмінюватися інформацією та спілкуватися із зацікавленими сторонами в режимі реального часу. Наприклад, програмне забезпечення для керування проєктами може забезпечити централізовану платформу, на якій члени команди можуть співпрацювати, обмінюватися документами та відстежувати прогрес. Це може допомогти переконатися, що всі працюють на одній сторінці та що цілі проєкту досягаються вчасно та в межах бюджету.

Цифрові інструменти також можуть допомогти ефективніше керувати даними. Наприклад, технології точного землеробства, такі як датчики та дрони, можуть збирати дані про врожайність, вологість ґрунту та рівень поживних речовин. Ці дані можна аналізувати та використовувати для оптимізації виробничих процесів, зменшення відходів і покращення процесу прийняття рішень.

Цифрові інструменти можуть допомогти автоматизувати рутинні завдання, звільняючи час для зацікавлених сторін, щоб зосередитися на більш цінних видах діяльності. Наприклад, програмне забезпечення може автоматизувати планування та розподіл завдань, зменшуючи адміністративне навантаження на керівників проєктів і дозволяючи їм зосередитися на більш стратегічних питаннях [1, с. 107; 2, с. 177–178].

У цілому, управління проєктами за допомогою цифрових інструментів у сільському господарстві може допомогти підвищити ефективність, зменшити витрати та покращити результати. Використовуючи ці інструменти, зацікавлені сторони можуть покращити співпрацю, комунікацію та управління даними, що призведе до більш успішних сільськогосподарських проєктів.

Джерела

1. *Ломовських Л., Марченко М., Гоел А. К.* Діджиталізація еконо-мічних бізнес-процесів при прийнятті управлінських рішень у маркетинговій діяльності // *Галицький економічний вісник*. 2019. № 6 (61). С. 104–110.
2. *Lomovskykh L., Marchenko M., Iefremov A.* The orgnizational and economic mechanism of ensuring the sustainable development of the econom in the conditions of digitalization. Collective Monography. Poland. 2023.

Науковий керівник: *Л. О. Ломовських, д-р екон. наук, проф.*

О. І. МАСЛАК
д-р екон. наук, проф.

Н. Є. ГРИШКО
канд. екон. наук, доц.

Я. Ю. ЯКОВЕНКО
PhD з економіки,
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ІТ-КЛАСТЕРІВ В УКРАЇНІ

Українська ІТ-галузь за останні три декади здійснила значний ривок, пертворившись на високоінтелектуальну індустрію, де працює майже 300 тисяч фахівців і яка до початку повномасштабого вторгнення рф на територію України зростала на понад 20 % щорічно, а після 24 лютого 2022 року продовжує демонструвати стійкість, забезпечивши у 2022 році 6 млрд доларів США експортної виручки та пришвидшивши розвиток military-tech в Україні — від дорнів та технології доповненої реальності до програмного забезпечення для військових [2]. Загалом частка експорту комп'ютерних послуг у ВВП зросла з 1,8 % до 3,5 %, а в експорті послуг — з 13,4 % до 37,8 % [1]. Попри об'єктивні обмеження у вигляді блекаутів, окупації територій, міграції населення, обстрілів та пошкодженої інфраструктури, присутність на глобальному ринку українських ІТ компаній, додана вартість галузі та обсяги сплачених податків зростають.

В умовах розгортання у світі Індустрії 4.0 та 5.0 у перспективі єдиним способом реалізувати стратегію економічного зростання є розбудова цифрової економіки, зростання продуктивності праці, безперервної генерації нових продуктів і послуг. Відповідно, кластеризація ІТ, що спостерігається останні кілька років, є закономірним явищем та забезпечує переваги національної діджитал-економіки, оскільки, порівняно з найближчими країнами-конкурентами, в Україні у 3,5 рази менше ІТ-спеціалістів на 100 тис. населення, ніж у країнах-конкурентах та порівняно більший ринок праці, а попит на нових ІТ-фахівців, зокрема у сфері досліджень штучного інтелекту, значно перевищує можливості українських закладів вищої освіти [4].

Особливість галузі не лише у її експортоорієнтованості, а й в тому, що окрема ІТ-компанія може бути представником і індустрії, і окремого кластеру. Більш того, робота на ІТ-ринку вимагає від бізнесу та професіоналів швидкого й сталого обміну інформацією, а кластеризація сприяє цьому, оскільки ІТ-кластер як стратегічна міжорганізаційна мережа об'єднує ресурси і провідні компетенції підприємств та організацій. Усього створено 16 кластерів, розміщених у Києві, Львові, Харкові, Одесі, Дніпрі та інших великих містах

[1]. Так, для прикладу, у 2021 році Київський ІТ-кластер забезпечив 9146 млн грн податкових надходжень та об'єднав 35 % від загальної кількості фахівців; Харківський — 2298 млн грн податкових надходжень та 14 % від загальної кількості фахівців; Львівський — 1922 млн грн податкових надходжень та 10 % від загальної кількості фахівців [3].

Відповідно, людський капітал є основою ІТ-галузі, а рівень концентрації кваліфікованих кадрів — чинником для локалізації та подальшого розвитку кластерів у місті чи регіоні. Як зазначалося раніше, на відміну від інших експортоорієнтованих галузей, ІТ-індустрія збільшила обсяги експорту, а основними драйверами зростання такого експорту є США (40 % експорту) і Велика Британія (10 %).

Незважаючи на складність ведення бізнесу в умовах війни, ІТ-галузь нарощує експортний потенціал і, хоча прогнозування обсягу експорту ІТ-послуг ускладнене через невизначеність в галузі та економіці в цілому, український ІТ-сектор залишається індустрією аутсорсингової розробки, що сприяє її сталості.

Українська ІТ-галузь активно залучає інвестиції (переважно гранти для стартапів на ранніх етапах розвитку (Seed та Pre-seed) [3], проте більшу частину фінансування отримують кілька найбільших компаній, що ще раз підкреслює доцільність кластеризації задля кращої співпраці.

Водночас для збереження високого рівня конкурентоздатності на глобальному ІТ-ринку, українським компаніям важливо створити власні програми підготовки талантів (такий досвід вже мають EPAM, SoftServe, Luxoft, Beetroot та ін.) або створювати програми освіти разом із освітніми закладами, адже ІТ-бізнес є зацікавленим стейкхолдером системи освіти в Україні.

Джерела

1. Державна служба статистики України. URL: https://www.ukrstat.gov.ua
2. Презентація національного дослідження Do IT Like Ukraine (2022). URL: https://itukraine.org.ua/prezentacziya-naczionalnogo-doslidzhennya-do-it-like-ukraine.html
3. Ukraine IT Report 2021. A national study on what the IT industry is like today. URL: https://reports.itukraine.org.ua/en
4. *Maslak M., Yakovenko Y., Maslak O., Pererva P. and Grishko N.* Problems of Intellectual Property in the Information Economy Through the Prism of Artificial Intelligence as a Dual-Purpose Technology. 2022 IEEE 4th International Conference on Modern Electrical and Energy System (MEES), Kremenchuk, Ukraine, 2022. P. 01-05, doi: 10.1109/MEES58014.2022.10005671.

О. І. МАСЛАК
д-р екон. наук, проф.

Н. Є. ГРИШКО
канд. екон. наук, доц.

Я. Ю. ЯКОВЕНКО
PhD з економіки

В. В. МАРЧЕНКО
аспірант,
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ ТА ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ

Під впливом процесів лібералізації, інтеграції та глобалізації світової економіки, відбувається активний розвиток міжнародних торговельних відносин. Збільшення обсягів та темпів зростання міжнародної торгівлі країн пов'язане також з удосконаленням форм зовнішньоекономічних відносин, поглибленим вивченням торговельних процесів та інструментів, що призвело до зміни структури світової торгівлі, виникнення нових співробітництва і торгових шляхів, зростання ролі послуг, засобів зв'язку та інформаційних технології.

Однак головним чинником розвитку торгівлі в останні роки слід вважати активізацію розвитку виробництва країн, що розвиваються. З іншого боку, саме для цієї групи країн активний вихід на зовнішні ринки, участь у міжнародній торгівлі виступає додатковим чинником прискорення економічного розвитку.

Щодо України, то війна змінила не лише експортно-імпортні операції, товарообіг загалом скоротилися майже 33 %; рятівним фактором стала тимчасова лібералізація торгівлі, завдяки якому експорт товарів з України до країн ЄС за підсумками 2022 року зріс на 4,2 %, порівняно з аналогічним періодом [1].

Зростання експорту до ЄС стало можливим також за рахунок підтримки виробників, страхування експорту та відкриття європейських ринків для українських товарів, а також перегляд логістичних шляхів таким чином, щоб розширити сухопутні транспортні коридори в ЄС та скоротити використання портів через їх блокаду [2].

Очевидно, що така динаміка показників зовнішньої торгівлі України у 2023 році збережеться. Очікується, що пролонгація "зернової угоди" дозволить стабілізувати український аграрний і продовольчий експорт, що у подальшому позитивно впливатиме на внутрішні споживчі ринки. Водночас повернення квот та мит може зробити українську продукцію менш конкурентоздатною. Це негативно вплине на експортерів. Відповідно, існує потреба актуалізації підтримки експорту державою через страхування та перестрахування, а також активне кредитування.

Джерела

1. Державна служба статистики України. URL: https://www.ukrstat.gov.ua
2. Геополітичні та геоекономічні зміни, формовані під впливом російської агресії, та оновлення місця України у світовому просторі. Центр Разумкова, 2022 р. URL: https://razumkov.org.ua/images/pdf/2023_MATRA_I_KVARTAL.pdf

А. М. МЕЛЬНИК
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

УПРАВЛІННЯ ПРОДУКТИВНІСТЮ ПРАЦІ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЕМСТВІ

Продуктивність виступає одним з основних показників ефективності діяльності підприємства з виробництва та надання послуг. Даний показник характеризує відношення вартості ресурсів, використаних для виробництва продукції до вартості цієї продукції чи наданих послуг. У той же час, сучасна економічна теорія стверджує, що точне визначення ролі та частки витрат різних ресурсів, використаних на виробництво продукції, є складним завданням і неможливо здійснити це в повній мірі. Це пояснюється тим, що витрати різних ресурсів, таких як праця, капітал, земля, матеріали, енергія та інформація, часто взаємодіють та переплітаються між собою, тому їх окремо не можна виміряти або порівняти.

У зв'язку з цим, показник продуктивності праці, який визначається як кількість продукції або послуг, вироблених на одну одиницю робочого часу або одного працівника, є більш доступним та зручним інструментом для визначення ефективності виробництва. Продуктивність праці є одним з ключових показників ефективності виробництва. Зростання продуктивності праці свідчить про зниження витрат праці та грошових коштів на виробництво одиниці продукції [1, с. 201]. Тому важливим елементом ефективного управління підприємством виступає процес управління продуктивністю праці, який включає стратегічне і оперативне планування, а також постійний контроль за ефективним впровадженням заходів, спрямованих на підвищення продуктивності праці.

Продуктивність праці може бути визначена не тільки як відношення обсягу виробленої продукції до витрат праці, а й за допомогою інших показників. Для всебічної оцінки продуктивності праці необхідно враховувати не тільки різні показники, а й їх взаємозв'язок, що дасть можливість отримати більш повне уявлення щодо ефективності використання ресурсів [2, с. 75].

Існують різні методи вимірювання продуктивності праці, які залежать від того, яким чином вимірюється обсяг виробництва. Серед них можна виділити натуральний, трудовий і вартісний (грошовий) методи.

Натуральний метод передбачає вимірювання продуктивності праці шляхом визначення обсягу виробленої продукції в натуральних одиницях (штуках, тонах, метрах та ін.). Цей метод широко застосовується всередині підприємства, зокрема на робочих місцях, у бригадах та окремих дільницях на підприємствах, які відносяться до однієї галузі і які виробляють однорідну продукцію (наприклад, електроенергетика, видобувні галузі та ін.). Застосування натурального методу є простим і зручним, адже вимірювання продуктивності праці проводиться за чітко визначеними виробничими параметрами. Використання даного методу дозволяє забезпечити ефективне управління виробництвом, підвищити якість продукції та прибутковість підприємства [2, с. 255].

Іншим активно використовуваним методом вимірювання продуктивності праці є трудовий метод, відповідно до якого обсяг виробленої продукції або виконаних робіт визначається в нормо-годинах. Цей метод часто використовується безпосередньо на робочих місцях, у бригадах, на виробничих дільницях та в цехах. Даний метод володіє досить високою точністю у випадках визначення змін продуктивності праці в умовах науково обґрунтованих норм, які є незмінними у певному періоді. Трудовий метод дозволяє менеджменту підприємства проводити більш детальний аналіз ефективності роботи працівників та визначати можливості її підвищення. Зокрема, цей метод може бути застосований при визначенні рівня продуктивності праці у таких типах виробництв, як серійне або масове. У той же час, при використанні даного методу необхідно враховувати той факт, що продуктивність праці може змінюватися під впливом інших факторів, зокрема, таких як рівень кваліфікації працівника, стан умов праці, характер технологічного процесу та інші.

Планування та управління трудомісткістю продукції є однією з найбільш важливих задач керівництва підприємства, виконання якої дозволяє забезпечити ефективне використання робочого часу, а також, ресурсів підприємства.

Впровадження системи підвищення ефективності управління продуктивністю праці на промисловому підприємстві дозволить отримати економічний ефект, забезпечити стійку частку ринку підприємства, покращити фінансові показники його діяльності, підвищити конкурентоспроможність та посилити рівень його економічної безпеки.

Джерела

1. *Акулов М. Г., Драбаніч А. В., Євась Т. В.* та ін. Економіка праці і соціально трудові відносини: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2012. С. 225.
2. Аналіз господарської діяльності : навч. посіб. / В. О. Шевчук, О. В. Коновалова, В. П. Пантелеєв; Нац. акад. статистики, обліку та аудиту Держкомстату України. К. : ДП “Інформ.-аналіт. агентство”, 2011. 399 с.

Науковий керівник: *В. Г. Гноєвий, канд. екон. наук, доц.*

А. Д. МЕЛЬНИКОВ
ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ – ЗАПОРУКА УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Успішна діяльність будь-якого суб’єкта господарювання безпосередньо пов’язана зі стабільним фінансовим станом, зокрема з його фінансовою стійкістю.

Фінансова стійкість є однією з головних характеристик, що відображає фінансовий стан підприємства та знаходить свій прояв у ефективному використанні фінансових ресурсів, оптимізації фінансового та операційного циклів, стабільному прибутку та підвищенні вартості суб’єкта господарювання.

В умовах економічної нестабільності оцінка фінансової стійкості підприємства повинна проводитися на всіх рівнях управління, бо саме завдяки стійкому фінансовому становищу відбувається покращення його діяльності.

Фінансова стійкість підприємства поділяється на чотири типи в залежності від забезпечення матеріально-виробничими запасами ресурсів: абсолютна фінансова стійкість, нормальна фінансова стійкість, нестійке фінансове становище та кризовий фінансовий стан.

Залежно від типу фінансової стійкості кожне підприємство визначає свою подальшу фінансову стратегію та розробляє відповідні програми з її підтримки та покращання. Для цього, перш за все, необхідно виявити та класифікувати ризики та проблеми, які негативно впливають на фінансове становище підприємства. Це є головною задачею фінансового менеджера.

Вибір методів щодо поліпшення фінансової стійкості є відповідальним та складним й обов’язково повинен враховувати специфіку діяльності підприємства.

До основних методів можна віднести наступні:

- розробка, реалізація та контроль за виконанням фінансової стратегії підприємства;
- зниження рівня негативних грошових потоків;
- підвищення оборотності активів;
- пошук внутрішніх й зовнішніх джерел фінансування та їх ефективне використання.

У реаліях сьогодення для більшості українських підприємств виникають певні складності у виробленні шляхів зміцнення фінансової стійкості, так як на сьогодні вони здійснюють свою діяльність у стані підвищених ризиків.

Джерела

1. *Бедринець М. Д., Довгань Л. П.* Фінанси підприємств: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 292 с.

2. *Поддєрьогін А. М., Білик М. Д.* Фінанси підприємств: підручник. Київ: КНЕУ, 2013. 219 с.

Науковий керівник: *Ю. М. Заволока, канд. екон. наук, доц.*

В. В. МЕРЗЛЕНКО
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

МЕТОДИ ОЦІНКИ ТА УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

На сьогодні автори у сфері ефективного управління економічними ризиками на підприємстві виділяють такі етапи в системі управління ризиками [1, с. 284]:

1) Визначення галузі управління економічними ризиками;

2) Вибір методу розрахунку економічних ризиків та прогноз величини збитків від події ризикової події;

3) Аналіз діючих інструкцій персоналу щодо його поведінки у разі надзвичайної ситуації, яких можуть призвести економічними ризики;

4) Розробка управлінських рішень для мінімізації економічних ризиків;

5) Створення стратегії управління економічними ризиками;

6) Моніторинг економічних ризиків.

Розглянемо більш докладно кожен із етапів: Визначення галузі управління економічними ризиками, саме визначення та вибір експертом ризиків, що є найбільш значущими для певної компанії, і навіть у області, у якій існує При цьому при ідентифікації ризиків у системі управління підприємством слід як описати економічні ризики, які на даний момент існують в організації, але і домогтися відстеження нових ризиків, що з'являються.

Для створення найбільш ефективного реагування в системі управління економічними ризиками необхідно створити перелік конструктивно складеної інформації, яка могла б дати повну та вичерпну відповідь про події, що призводять до ризику та сфер діяльності підприємства, найбільш схильні до високого рівня економічного ризику [3, с. 199].

Тому, перед створенням системи управління економічними ризиками експерту потрібно не лише описати різні ризики, а й скласти SWOT-матрицю можливостей та загроз підприємства для того, щоб намітити можливі галузі ризику підприємства. Після цього експертом визначаються можливі галузі загроз організації та складається матриці економічних ризиків.

Експертом може бути складений перелік економічних ризиків (реєстр ризиків), який включає наступні елементи [2, с. 48]:

- визначення різновиду певного ризику, співвідношення його до певного виду ризику за класифікацією ризиків;

- назва даного ризику;
- визначення типу діяльності організації, до якої належить цей ризик;
- причина походження ризику;
- пригода, що спричинила ризик;
- негативний результат цієї події, виражений у грошових одиницях;
- негативний результат цієї події (те, до чого вона спричинила, наприклад, погіршення фінансового стану, втрати частини прибутку, втрата клієнтів або банкрутство організації).

Даний етап управління ризиками є аналіз вплив різних факторів економічного ризику на подію даного ризику, а також включає попередній аналіз результату економічних ризиків і ймовірностей їх події. Крім цього, найважчим етапом щодо економічних ризиків є встановлення взаємозв'язку окремих видів ризиків. Після найбільш повного і точного опису економічних ризиків експерт переходить до наступного етапу. Вибір методу розрахунку економічних ризиків та прогноз величини збитків від події ризикової події.

На даному етапі експертом вибираються кількісний, якісний або узагальнений метод. При цьому між цими методами існують суттєві відмінності. Якісний підхід є професійним судженням експерта в галузі економічних ризиків. При цьому методами збору інформації та її аналізу є спостереження, анкетування, опитування, а також експертні методи оцінки [3, с. 201].

На сьогоднішній день існує досить велика кількість кількісних методів оцінки економічного ризику. При цьому для найбільш достовірного аналізу фінансових ризиків необхідно виділити статистичні методи та аналітичні завдання.

Меиодика оцінка економічних ризиків вирішує наступне [2, с. 51]:

1) Вироблення рекомендацій при зміні структури управління, які б знизити негативний результат від ймовірнісного настання економічних ризиків;

2) Оцінка надійності використання методів з оцінки працездатності основних засобів підприємства;

3) Аналіз діючих інструкцій персоналу щодо його поведінки у разі надзвичайної ситуації, яких можуть призвести ризики.

У цьому оцінка економічних ризиків виступає головним індикатором під управлінням ризиками для підприємства, т.к. найбільш точна оцінка ризиків підприємства покращує прийняту стратегію управління економічними ризиками та здатна призвести до швидшого реагування управлінського персоналу на наявні та можливі ризики в організації. Після оцінки ризиків експерт переходить до наступного етапу.

Після оцінки ризику, коли експертом складено галузі можливих економічних ризиків та проведеного порівняння ризиків з критичними, необхідно розробити план управління економічних ризиків на підприємства з максимально можливою мінімізацією наслідків ризикових подій.

Слід зазначити, що основним завданням в управлінні економічними ризиками є зменшення чи збільшення будь-якого ризику до його допустимого рівня.

У процесі управління економічними ризиками необхідно:

1) Обдумано приймати рішення щодо якогось рівня економічного ризику, при цьому слід аналізувати кожне рішення до заходів щодо нейтралізації та мінімізації рівня ризику;

2) Доцільно організації здійснювати ті фінансові угоди, дохідність яких вище можливих збитків;

3) Економно керувати ризиками, що означає, що витрати на створення системи управління ризиками повинні бути меншими за величину можливих збитків від настання ризикових подій.

4) Враховувати тимчасовий фактор, який означає, що при збільшенні часу під час здійснення будь-яких фінансових операцій відповідно збільшується кількість можливих ризиків.

Джерела

1. *Вербіцька І. І.* Ризик-менеджмент як сучасна система управління ризиками 0підприємницьких структур // *Сталий розвиток економіки*. 2013. № 5. С. 282–291.
2. *Ролько О*. Управління ризиками в системах управління // *Стандартизація. Сертифікація. Якість*. 2011. № 1. С. 47–52.
3. *Балджи М. Д.* Удосконалення процесу управління економічними ризиками при прийнятті народногосподарських рішень // *Вісник соціально-економічних досліджень* : збірник. Одеса, 2013. Вип. 4. С. 197–204.

Науковий керівник: *П. І. Сокуренко, канд. екон. наук, доц.*

Л. М. МОГИЛЬНА

канд. екон. наук, доцент,
Сумський національний аграрний університет

ХМАРНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЗАСІБ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Цифрова трансформація економіки є ключовим фактором створення нових можливостей для розвитку, модернізації та оптимізації всіх ланок господарської діяльності. Таке поняття, як цифрова економіка — це новий вид економічних відносин, який почав активно розвиватися. Тому зараз застосування хмарних технологій та великих даних набуває все більшого поширення, бо вони підвищують якість послуг, що надаються, допомагають організаціям скоротити витрати, сприяють зростанню ефективності їх діяльності. Хмарні технології більше не є майбутнім або технологією, що розвивається. Хмарні обчислення — це справжнє, яке є важливим інструментом, що дозволяє залишатися конкурентоспроможним у сьогоднішньому бізнес-середовищі. Використання цих технологій є особливо актуальним для підприємств, де інновації та конкуренція підштовхують до підвищення ефективності та гнучкості.

В основі передумов впровадження хмарних технологій лежать переваги, які можуть отримати фірми, які активно використовують “хмари”. Хмара забезпечує перехід від капітальних вкладень до операційних витрат. Оскільки плата стягується лише за спожиті послуги, кошти можуть заощаджуватися. Звільнення від великих початкових витрат в інфраструктуру дозволяє підприємствам скоротити свій оборотний капітал, а грошові кошти, що вивільняються при цьому, можуть бути використані для реалізації інших проектів.

Найкраща практика забезпечення високого рівня безпеки хмари та хмарних сервісів — це коли провайдер регулярно проводить тести на проникнення та сканування на вразливості, безперервно вдосконалюючи технології забезпечення інформаційної безпеки. Також важливою є наявність широкого спектру рішень з кібербезпеки, які провайдер може надати клієнту на додаток до хмарної інфраструктури.

В основі всіх ризиків, пов’язаних з хмарними сервісами, лежить довіра – адже кінцевий споживач фактично не володіє ні софтом, ні інфраструктурою, ні серверами — він просто отримує “всі блага” у форматі готових послуг. Як правило, це досить чутлива інформація від клієнтської бази до фінансових показників, від даних про продукти до аналітичних звітів. Наголосимо, що хмарні елементи інфраструктури зазвичай більш захищені в порівнянні з локальними. Для них актуальні одні й ті ж загрози, але у відповідального хмарного провайдера велика їх кількість професійно нейтралізована на рівні хмарної платформи as designed. Це і фізична безпека, і периметрова мережна безпека, і ешелонований захист, і резервне копіювання, відновлення, і оперативне усунення актуальних уразливостей. Зрозуміло, маємо на увазі відповідальних хмарних провайдерів, які серйозно ставляться до кібербезпеки і, як наслідок, мають необхідні сертифікати та атестати з безпеки, у тому числі інформаційної.

Таким чином, з розвитком цифрової економіки істотно зміщуються акценти в процесі перетворення знаків на знання, тому для менеджменту підприємства IT-архітектура в рамках здійснення виробничих бізнес-процесів набуває першочергового значення. У цифровій економіці суттєво зростає цінність знання, що стає джерелом інтелектуального розвитку будь-якого підприємства.

Як висновок, зазначимо, що перехід на хмарну програму — це серйозний крок для будь-якої організації, і перед цим необхідно порівняти всі плюси та мінуси такого переходу, щоб ухвалити обґрунтоване рішення. Але враховуючи постійну цифровізацію та освоєння нових методик роботи, хмарні технології для підприємства дають можливість обходити високу навантаження системи, що уповільнює робочі процеси компанії, а також обмежені можливості доступу до корпоративних інформаційних баз. В результаті, хмарні технології є відмінною можливістю для безпосередньо швидкої та ефективної роботи організації.

І. І. МОСТОВИЙ
ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

У ринковій економіці конкуренція виступає головним стимулом розвитку компанії на ринку, адже для посилення своїх ринкових позицій необхідно результативно протистояти конкурентам як на національному, так і на міжнародному ринках.

Конкурентоспроможність — це здатність товару чи послуги фактично чи вірогідно задовольняти споживчу потребу щодо товару чи послуги. Вона є відносною характеристикою, адже ця здатність порівнюється з аналогічною здатністю товарів-конкурентів. Тобто, конкурентоспроможність означає можливість витримувати конкуренцію серед схожих товарів чи послуг на ринку [1].

Конкурентоспроможність вважається об’єктом управління, що впливає на ефективність діяльності організації. Інакше кажучи, конкурентоспроможність організації як об’єкт управління — це властивість організації змінюватися під впливом зовнішніх чинників з метою підвищення ефективності своєї діяльності.

У процес виконання завдань, покликаних підвищити конкурентоспроможність, залучаються всі сфери діяльності господарюючого суб’єкта. Конкурентоспроможність організації складається з окремих категорій, таких як конкурентоспроможність безпосередньо виробленої продукції чи послуг, фінансова конкурентоспроможність, конкурентоспроможність персоналу, конкурентоздатність методів виробництва та ін.

Особливість результативної організації заходів, спрямованих на підвищення саме конкурентоспроможності, у тому, що потрібно розробити і запровадити процеси, які є сумісними між собою і достатніми для створення умов, у яких організацій досягне успіху у оточуючому економічному середовищі.

До засобів управління конкурентоспроможністю відносяться [1, с. 162]:

- визначення оптимального рівня цін на продукцію, який дозволить отримати максимальний прибуток у довгостроковій перспективі;
- поділ споживачів на групи на підставі будь-якої ознаки та використання по відношенню до кожної групи різних маркетингових інструментів або пропозиції різних товарів;
- проведення різних рекламних кампаній;
- визначення ніші, яку займе бренд у ряді аналогічних товарів інших виробників;
- маркетингова логістика;
- контроль асортименту продукції.

Система управління конкурентоспроможністю організації є цілісним механізмом управління, який охоплює всі процеси, і який відповідає за будь-

яку активність конкуруючих організацій, що впливає на ефективність діяльності організації [2].

Це допомагає вибудувати у компанії дієві вертикальні взаємини з метою забезпечення розробки та реалізації продукції чи виконання послуг, які максимально відповідають вимогам покупців при найменших витратах компанії.

Високий рівень конкурентоспроможності підприємства роздрібної торгівлі ґрунтується на задоволенні потреб покупців та їх бажанні знову купувати його товари, на бездоганній репутації перед усіма взаємопов'язаними особами, на привабливості підприємства як роботодавця. Крім того, для підприємства роздрібної торгівлі враховуються якісні характеристики продукції, а також реалізовувана нею цінова політика.

Враховуючи перманентні інфляційні процеси, підприємство роздрібної торгівлі має постійно контролювати ціни як постачальників, так і конкурентів, і вже на основі цих даних встановлювати власні ціни, оскільки ціна товару є одним із основних чинників, які впливають на покупця.

Крім цінового чинника, велике значення при виборі товару споживачем має якість товару. Для торгових підприємств, які реалізують товар українського виробництва, що має зарубіжні аналоги, якість їхнього товару стає важливим фактором знову ж таки з причини інфляції: у середньому рівень доходів споживачів знижується, і все більша кількість покупців починає купувати більш дешеві українські товари, якщо їх якість не суттєво поступається зарубіжним.

Отже, управління конкурентоспроможністю полягає у оперуванні конкурентним потенціалом торговельного підприємства задля форсування унікальних якостей даної організації, які виділяють її серед конкурентів.

Джерела

1. *Кобиляцький Л. С.* Управління конкурентоспроможністю: навч. посіб. К.: Зовнішня торгівля, 2013. 304 с.
2. *Кустріч Л. О.* Маркетингова конкурентна стратегія як необхідний елемент системи управління підприємством // *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки*. 2019. Вип. 33. С. 112–116.

Науковий керівник: *В. Г. Гноєвий, канд. екон. наук, доц.*

Ю. К. МУНТЯН

тудентка 2 курсу кафедри економіки та менеджменту, МАУП

СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

В епоху науково-технічної революції зростаюче значення управлінських факторів породило концепцію "управлінської революції", в ході якої влада перейшла від власників до менеджерів.

Насправді є два поняття, які дуже схожі — підприємство та компанія. Однак термін “підприємство” зазвичай позначає загальну назву виробничих, торговельних, споживчих та інших суб’єктів господарювання та профілів.

Підприємство також включає в себе торгівлю, виробництво та надання послуг підрозділи, філії та дочірні підприємства діють під однією назвою і є юридичними особами. Іншими словами, компанія — це організація. Компанія не має у своїй структурі інших юридичних осіб. Товариство виробляє товари та надає послуги через зв’язків компанії з галуззю.

Сьогодні у світовій практиці використовуються три інструменти управління: ієрархія, культура та ринок. Кожен з них є домінуючим у певній економічній системі, наприклад, ієрархія є домінуючою в економіці виконавчого наказу [1, с. 10].

За останні два-три десятиліття ділове адміністрування зазнало значної трансформації, перевершивши попередні періоди свого розвитку. Досягнення в галузі офісного обладнання сприяли вдосконаленню управлінської практики, і сьогодні теорію і практику управління називають “тихою управлінською революцією”, початок якої збігається зі вступом західного суспільства в інформаційну епоху.

Суть раціоналістичної концепції полягає у переконанні, що успіх підприємства залежить від внутрішніх факторів, а саме: раціональної організації виробництва, зниження витрат за рахунок використання внутрішніх виробничих резервів та ефективного використання виробничих ресурсів.

Підприємства розглядаються як закриті системи з визначеними цілями та завданнями, які є стабільними в часі. Стратегія таких підприємств базується на поглибленні спеціалізації виробництва, організаційна структура побудована за функціональним принципом, важливим є контроль.

Неформальна концепція базується на ситуаційному підході до управління. Вона розглядає підприємство як живий організм, відкриту систему, а основні передумови успіху знаходяться поза межами підприємства. Успіх пов’язаний з тим, як підприємство пристосовується і адаптується до зовнішнього середовища (економічного, соціально-політичного, науково-технічного).

У процесі розвитку економіки сформувалися деякі базові теорій (концепцій). Кожна з них містить певні погляди на й робить відповідні акценти на їхніх характеристиках.

Неокласична теорія розглядає підприємство як цілісний об’єкт, в якому ресурси, введені у виробництво, перетворюються на готову продукцію, що продається на вільному ринку продукцію, що продається на вільному ринку. У цій моделі підприємства базується на виробничій функції, яка “пов’язує” ресурси і результати входи і виходи.

Основним завданням компанії є визначення необхідної кількості обсягу виробництва та рівня витрат, щоб встановити ринкову ціну на продукцію, яка б максимізувала прибуток. ринкову ціну на продукцію таким чином, щоб максимізувати прибуток.

Інституційна концепція підприємства розглядає підприємство як організацію створену людьми для найбільш ефективного використання їхнього по-

тенціалу. Вона зосереджується на прогнозуванні поведінки фірми відповідно до існуючої виробничої функції, існуюча виробнича функція, тобто вартісні та технологічні взаємозв'язки між факторами виробництва та максимально можливий випуск продукції за відповідної комбінації факторів виробництва.

Джерела

1. *Бояринова К. О.* Інноваційність функціонування підприємства в теоріях організації // *Вісник НТУ "ХПІ"*. 2013. № 45 (1018). С. 8–14.
2. *Бойчик І. М.* Економіка підприємства: підручник. К.: Кондор, 2016. 378 с.

Д. В. НАЗАРЕНКО
М. В. СІДНЕНКО
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У сучасних умовах управління підприємством пов'язане, перш за все, з управлінням людьми як головною продуктивною силою суспільства, оскільки саме персонал визначає успіх чи невдачу діяльності будь-якої організації. Тому персонал організації та стимули, що впливають ефективність його праці, перебувають у центрі уваги багатьох дослідників. Розуміння основних підходів до формування системи мотивації, вміння враховувати сучасні реалії та специфіку діяльності організації дозволяє ефективно використовувати наявні людські ресурси, отримувати максимальну віддачу від персоналу.

Формування ефективної системи трудової мотивації є однією з найважливіших проблем управління персоналом, оскільки від результативності реалізованого мотиваційного підходу багато в чому залежать результати господарської діяльності сучасних організацій. Фахівці з управління персоналом наголошують на важливості мотивації праці, наголошуючи, що тільки зацікавлений у роботі співробітник може працювати ефективно, приносячи вигоду своїй компанії.

Не існує універсальної системи мотивації, тому процес її вибору та розробки для кожної компанії індивідуальний, оскільки беруться до уваги вид діяльності підприємства, його чисельність, корпоративні цінності та інші фактори.

З метою спонукання співробітників до праці, підвищення продуктивності та досягнення цілей організації більшість сучасних компаній, формуючи систему мотивації, використовують як матеріальні, і нематеріальні стимули. При цьому немає універсальної системи мотивації, тому при її розробці необхідно враховувати вид діяльності підприємства, його чисельність, органі-

заційні особливості та корпоративні цінності, кон'юнктуру ринку тощо. Для результативного управління системою трудової мотивації необхідно періодично проводити оцінку її ефективності, що дозволяє "виявити ступінь зацікавленості персоналу у досягненні конкретних результатів", а також "своєчасно впроваджувати та коригувати методи стимулювання". Однак, слід зазначити, що оцінка ефективності трудової мотивації персоналу є досить складною методичною проблемою, тому в теорії та практиці управління немає єдиних підходів до її вирішення.

Видається цікавою позиція В.В. Гончар, що пропонує оцінку ефективності системи мотивації персоналу, використовуючи дві групи методів [1]:

- Оцінка вимірюваними кількісними результатами (економічна ефективність системи мотивації);
- Оцінка у якісних показниках (соціальна ефективність системи мотивації).

Оцінюючи кількісних критеріїв (що дозволяють оцінити економічну ефективність системи мотивації) можна використовувати такі показники, як: продуктивність праці; трудомісткість продукції; досягнення економії всіх видів матеріальних ресурсів; плинність персоналу; укомплектованість кадрами; швидкість закриття вакансій; зниження плинності кадрів та зменшення пов'язаних з нею ризиків для компанії; зниження витрат на пошук та підбір персоналу та ін.

Оцінка у якісних показниках (соціальна ефективність системи мотивації персоналу), на думку К. М. Дідур може бути проведена за допомогою таких груп показників, як: задоволеність працівників різними аспектами праці (в т. ч. рівнем заробітної плати, системою соціальної захищеності, відносинами в колективі, системою кар'єрного та професійного розвитку та ін.); плинність кадрів; організаційно-трудові та соціально-психологічні умови праці; соціальна захищеність працівників; професійно-кваліфікаційна структура персоналу. Вищеназвані групи показників, своєю чергою, включають у собі ряд конкретніших параметрів [2].

Якісні показники, як правило, впливають на кінцевий результат роботи та дозволяють спрогнозувати можливі відхилення того чи іншого кількісного параметра. Тому своєчасний контроль за якісними показниками дозволяє покращити та кількісні.

Найбільш поширеними методами, які застосовуються для оцінки якісних показників системи мотивації персоналу, є опитування (анкетування та інтерв'ювання), метод спостереження, аналіз документів та звітності підприємства, що відображають кадрові процеси, що відбуваються в організації.

Таким чином, сучасні реалії припускають постійний пошук найефективніших мотиваційних інструментів, оскільки види і способи мотивації, що діють на підприємстві, згодом втрачають свою актуальність, що позначається на ефективності їх застосування. Отже, необхідно постійно відновлювати пошук нових елементів системи мотивації, здатних спонукати співробітника на якісне виконання обов'язків, досягнення поставленої мети.

Джерела

1. *Гончар В. В.* Оцінка ефективності мотиваційного механізму інноваційної діяльності персоналу підприємств // *Вісник Приазовського Державного Технічного Університету. Серія: Економічні науки.* 2017. № 33. С. 101–108.
2. *Дідур К. М.* Сучасні методи оцінки персоналу // *Ефективна економіка.* 2011. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op= 1&z=776 (дата звернення 12.03.2019).

В. О. НАЗАРЧУК

здобувач другого рівня вищої освіти, МАУП

ТИПИ ПАРЛАМЕНТІВ І ВИДИ ЇХ КОМПЕТЕНЦІЙ

Зазвичай під парламентом розуміють однопалатну представницьку установу або ж нижню палату двухпалатного парламенту. *У англосаксонському праві парламент* — це триєдина установа, що включає главу держави (Великобританія, Індія), верхню і нижню палати; або ж двоєдина установа — включає Президента та існуюча одна палата (Танзанія по Конституції 1977 р.).

У континентальному праві (Германія, Франція) — розуміють дві палати парламенту, глава ж держави не є складовою частиною парламенту.

Іноді парламентом називають однопалатний законодавчий орган (Україна).

Історія знає існування трьох (80–90 роки ЮАР), шести (Югославія в 70-х роках) палатних парламентів, існування поряд з двома чи однією палатами палати вождів (країни Африки та Океанії).

Сучасні парламенти складаються *з однієї чи двох палат*, хоча історії відомі випадки трьох палат, шести палат у парламентів. Спочатку парламент у Великобританії був однопалатним, він став двопалатним в середині XIV ст. в результаті компромісу між двома соціальними групами (аристократією і буржуазією).

Двопалатна структура в країнах парламентської системи була гарантом від поспішного прийняття рішень членами нижньої палати. За традицією верхня палата була більш консервативною, захищаючою традиції, а нижня — більш демократичною і прогресивною. Вони таким чином ніби складали баланс.

В Європі в період буржуазних революцій створювалися однопалатні парламенти, вони були більш мобільні і пристосовані для реалізації революційних ідей, але в деяких країнах вони перевищували свої повноваження і перетворювалися в засоби деспотії.

В США однопалатний Конгрес був перетворений у двопалатний Конгрес, так само у Франції відбулися зміни після гострих революційних потрясінь.

Перевага двопалатного парламенту полягала в тому, що верхня палата стримувала нижню від непродуманих і жорстких рішень.

В країнах з федеративною формою правління майже завжди є спеціальна друга палата для представництва інтересів суб'єктів федерації (США, Австралія, Австрія, Венесуела, Індія, Мексика та ін.) На думку деяких авторів однопалатні парламенти є більш ефективними та відповідають демократичному устрою та однонаціональному складу населення, їх законодавча процедура не настільки складана як у двопалатному парламенту.

Але слід відзначити, що двопалатність парламенту задовольняє потреби федеративного устрою держави, запобігає непродуманим рішенням.

В двопалатних парламентах є дві моделі взаємовідносин між палатами: рівний правовий статус та неоднаковий. Наприклад, в США дві палати конгресу мають рівні повноваження у законодавчій сфері, але нижня палата має виключні повноваження у сфері фінансів, а верхня — ратифікує міжнародні договори, затверджує призначення посадових осіб та виконує роль суду в процедурі імпічменту.

Довгий час принцип рівності був свідченням демократизму і пропагувався після Другої світової війни.

Але практика показує, що рівність прав палат не завжди дає позитивні результати, так рівність компетенції може привести до зникнення специфічних функцій у палат і вони можуть просто дублювати роботу одна одної.

Парламенти можна класифікувати за різними критеріями.

Залежно від повноважень:

1. парламенти з абсолютно необмеженою компетенцією;
- існують в країнах англосаксонської системи права, а також в країнах тоталітарного соціалізму, де вони можуть приймати рішення з будь-яких питань;
- але, наприклад, у Великобританії все рівно існують питання королівської прерогативи (питання війни і миру);

2. парламенти з абсолютно обмеженою компетенцією;
- існують у Франції та деяких франкомовних країнах Африки, її бувши колоніях (Мадагаскар та ін.);
- вони приймають закони, які встановлюють основи правового регулювання, а вже детальне опрацювання тих чи інших питань здійснює виконавча влада, а також закони з питань, віднесених до їх компетенції, з усіх інших питань приймаються нормативні акти президента, уряду, міністрів;

3. парламенти з відносно визначеною, обмеженою компетенцією (консультативні).
- такі парламенти існують як правило у федеративних державах (Індія, Малайзія, Німеччина);
- наприклад, Конституція Індії встановлює три сфери повноважень: 1) питання, що відносяться до виключної компетенції федерації, 2) питання, віднесені до компетенції окремих штатів, 3) питання спільної компетенції парламенту та штатів.

Залежно від форми правління в державі:

1. парламенти в парламентарних республіках (Великобританія, Італія)
- діє принцип парламентської відповідальності уряду;
- парламент має право відправити уряд у відставку;

2. парламенти в президентських республіках (США)
- жорсткий принцип поділу влади;
- парламенти не володіють правом висловити вотум недовіри уряду чи уряд правом розпуску парламенту;
- виконавча влада наділена правом вето, а законодавча влада правом імпічменту;

3. парламенти в країнах із змішаною формою правління (Франція, країни СНГ)
- парламент має право вотуму недовіри уряду, а президент право розпуску парламенту;

4. країни, в яких парламент відіграє майже декоративну роль
- іноді навіть застосовують термін “консультативні парламенти” (Катар);
- парламенти при абсолютній владі монарха є так звані “квазіпарламенти”;
- до цієї категорії відносять також парламенти в країнах соціалістичної орієнтації (Куба, В’єтнам), які скликаються 2–3 рази на рік, стопроцентно голосують “за”, не утримуючись на не голосуючи “проти” рішень.

За структурою:

1. однопалатні;
2. двопалатні

(відомі випадки функціонування парламентів і з більшою кількістю палат, але їх робота як правило була не продуктивною, наприклад, Союзна Скупщина Югославії у 70-ті роки складалася із 5-ти палат).

За роллю, яку відіграють парламенти:

1. активні парламенти(конгрес США)
- вони приймають закони, беруть участь у формуванні уряду та його відставці, наділені правами об’являти імпічмент;

2. реактивні парламенти(Великобританія, Австралія, Канада)
- на парламенти впливає виконавча влада, але і парламенти впливають на уряд, тобто між цими двома гілками влади існує взаємозв’язок;

3. маргінальні парламенти
- парламенти, які контролюються верховною виконавчою владою до такого степеню, що їх вплив на політику є дуже незначним;

4. мінімальні парламенти
- парламенти як такі мають лише назву, а ніякого впливу на формування політики держави вони не мають.

Джерела

1. Парламентаризм в Україні: проблеми теорії і практики : Практикум для студентів юридичного факультету, які навчаються за освітньо-професійною програ-

мою магістра. Львів. нац. ун-т імені Івана Франка. Львів : Видавн. центр ЛНУ імені Івана Франка, 2017. 67 с.
2. *Тимофєєва Л. Р.* Взаємодія між парламентом України і главою держави в законодавчій сфері. Парламентаризм в Україні: теорія та практика // Матеріали міжнародної наук. практ. конференції. К.: Вид-во АТ “Книга”, 2001. С. 12–617.
3. Система стримувань і противаг: до і після політичної реформи // *Інформаційний бюлетень Міжнародного центру перспективних досліджень*. Число 16 (363), 14 травня 2007 року.

Науковий керівник: *Г. О. Кузьменко, д-р філософії в галузі публічного управління та адміністрування*

В. Д. НАУМЕНКО
Національний університет цивільного захисту України

СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ СТРАТЕГІЙ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ

Аналіз трактувань поняття “стратегія” різних авторів [1–4] дозволив виділити ключові характеристики цієї категорії, а саме: системність: потребує визначення всього набору елементів поняття “стратегія” та встановлення взаємозв’язку між ними; просторово-часова обумовленість — визначає необхідність обліку місця та часу у процесі формулювання визначення “стратегія”; ресурсозабезпеченість — встановлює важливість відображення у формулюванні поняття “стратегія” залежності самої стратегії від наявних ресурсів; детермінованість внутрішніми та зовнішніми факторами — визначає доцільність обліку факторів середовища.

Крім того, аналіз показав наявність двох напрямків дії стратегії: аутсайдерське — спрямоване на зовнішнє оточення об’єкта стратегування (забезпечення конкурентоспроможності, розвиток ринку, забезпечення економічної та іншої безпеки, сталий розвиток); інсайдерське — спрямоване на розвиток елементів внутрішнього середовища об’єкта стратегування.

Ґрунтуючись на виявлених параметрах, пропонується таке авторське визначення: стратегія соціально-економічного розвитку держави — це бачення суб’єктом стратегічного планування бажаного стану соціально-економічного розвитку держави у тривалій перспективі, найбільш ефективного з альтернативних шляхів та необхідних засобів, процесів та процедур його досягнення, за наявності деякого набору обмежувачів зовнішнього та внутрішнього середовища.

Запропоноване визначення враховує наявність таких факторів: результуючий — бачення стану об’єкта стратегування у майбутньому; тимчасовий — дію стратегії спрямовано на довгострокову перспективу; ресурсний — для досягнення бажаного стану об'єкта стратегування потрібна наявність пев-

них ресурсів; альтернативний — з безлічі варіантів дій, реалізація яких має привести систему до бажаного стану, вибирається найефективніший; лімітуючий — дії щодо досягнення бажаного стану об'єкта стратегування обмежуються факторами зовнішнього та внутрішнього середовища; адаптивний — для досягнення бажаного стану об'єкта стратегування необхідно вчасно реагувати на майбутні зміни внутрішнього та зовнішнього середовища; економічний — передбачає врахування порівняння одержуваних результатів і витрат, необхідних для їх досягнення.

Вочевидь, що у різних управляючих підсистем існують різні цілі щодо бажаного стану керованих ними об'єктів стратегування. Отже, і різновидів стратегій розвитку держави існує досить багато. З метою підвищення ефективності процесу розробки та реалізації стратегій соціально-економічного розвитку держави необхідна їхня чітка класифікація. На основі узагальнення інформації з різних джерел зі стратегічного управління [1; 3], з урахуванням того, що між корпоративним та мезо- та макрорівнем управління існує певний ступінь аналогії, спробуємо класифікувати види стратегій розвитку держави.

У деяких випадках дослідники втрачають взаємозв'язок стратегії об'єкта стратегування зі стратегіями його надсистем та підсистем [2; 4]. У практиці розробки та реалізації стратегії соціально-економічного розвитку держави також далеко не завжди враховуються стратегії соціально-економічного розвитку регіонів, що входять до їх складу, стратегії видів економічної діяльності. Тому необхідно розрізняти також такі види стратегій розвитку держави: міжнародні (глобальні) стратегії; державні стратегії; регіональні стратегії. Отже, стратегія соціально-економічного розвитку держави формулюється у взаємопов'язанні зі стратегіями її підсистем (регіонів, видів економічної діяльності, суб'єктів господарювання) і надсистем (союзів держав, інших держав) під впливом факторів внутрішнього і зовнішнього середовища.

Аналіз існуючих класифікацій, а також авторське визначення стратегії соціально-економічного розвитку держави, наведене вище, дозволяють виділити такі класифікаційні ознаки стратегій соціально-економічного розвитку держави: нормативний; спрямованість; рівень невизначеності та ступінь ризику; відносна сила стратегічної позиції; вид розвитку; базова концепція досягнення конкурентних переваг; ступінь агресивності поведінки у конкурентній боротьбі; рівень прийняття рішень; стадія життєвого циклу держави.

Джерела

1. *Жаліло Я. А.* Економічна стратегія держави: теорія, методологія, практика: монографія. К.: НІСД, 2003. 368 с.
3. *Mockler R. J.* Strategic Management: An Integrative Context-Specific Process. Harrisburg-London: Idea Group Publishing, 1992. 264 p.
4. *Chandler A. D.* Strategy and Structura. Boston 1961.
5. *Ansoff I.* Strategies for Diversification // *Cambridge: Harvard Business Review*. 1957. P. 113–124.

Н. В. НЕЧВОЛОДА
Національний технічний університет “Дніпровська політехніка”

ТУРИЗМ ЯК ФАКТОР ТРАНСФОРМАЦІЇ ДОВКІЛЛЯ: PRO ET CONTRA

Природокористування — це основна форма взаємодії суспільства і природного середовища, яка реалізується через систему заходів, спрямованих на освоєння, використання, перетворення, відновлення і охорону природних ресурсів, і відображає зв’язки між виробництвом, населенням і оточуючим середовищем [1, с. 98]. Загальновідомо, що процес спілкування із природним довкіллям виступає одним із значущих чинників відновлення фізичних, психологічних та духовних сил особистості. При здійсненні туристичних подорожей з рекреаційною метою, саме виступає одним з провідних факторів відпочинку й оздоровлення. Цілком закономірним є те, що в процесу взаємодії людини та довкілля, при розширенні глобалізаційних соціально-економічних процесів, доволі яскраво виявляється трансформаційна активність суспільства по відношенню до природи, в тому числі і під час здійснення туристичних подорожей. Критично важливим в цьому процесі є усвідомлення людством своєї відповідальності за збереження балансу між всіма компонентами взаємовідносин людини та довкілля, що і дотепер реалізовано не в повній мірі.

Науковці виділяють прямі та непрямі фактори туризму, що мають значний вплив на екологію. До прямих відносяться:

- вплив продуктів життєдіяльності людини на навколишнє середовище (сміття, продукти людського організму, інфекції);
- знищення природнього середовища існування тварин та рослин шляхом розбудови міст і розширення господарських територій;
- масове вбивство представників фауни регіону шляхом полювання, сафарі та риболовства;
- вплив на життєдіяльність тварин та морських істот: годування, розведення, шум та яскраве світло.

До непрямих факторів впливу можна віднести:

- створення генетично змінених представників флори і фауни без попереднього досконалого вивчення їх властивостей на природу;
- глобальний вплив життя людей на екологічний стан планети: зміни клімату, забруднення, знищення лісів;
- зміна природнього середовища існування живих істот.

Вплив туризму на екологічний стан планети також тісно пов’язаний з впливом транспорту. Автомобільні та авіаперевезення суттєво погіршують загальний стан атмосфери, а кількість більш екологічних видів транспорту (електромобілей та поїздів) ще є недостатньою для того, щоб повністю відмовитися від забруднюючих видів транспорту. До того ж, до більшості ту-

ристичних міст (а тим більш до островів) швидше за все доберуться літаки, і тому переважна кількість туристів користується саме ними, не замислюючись над значним впливом на озоновий шар Землі, який руйнується саме через літаки.

Авжеж, існує і позитивний вплив туризму на природу: створюються заповідні зони та парки, зберігаються культурні та історичні пам'ятники, проводяться роботи зі збереження лісів, узбережжя та гір. Але ці міри є недостатніми у сучасному суспільстві, що стрімко розвивається та розповсюджує свій вплив на екологію. Через вплив людини на клімат багато курортних зон вже відчули на себе зміни: гірськолижні курорти закриваються через брак снігу, приморські (особливо на півдні Європи) потерпають від надвисоких температур та лісних пожеж через засуху. Зважаючи на перехід до парадигми сталого розвитку в усіх сферах суспільного життя, особливою актуальністю відзначається дослідження потенціалу для розвитку таких форм туризму, як сільський зелений та екологічний [2, с. 88]

В умовах науково-технічного прогресу взаємодія між природою та суспільством значно ускладнилася у зв'язку зі зростанням потреб суспільства у природних ресурсах, інтенсивністю і характером впливу людини на природне середовище [3, с. 101]. Отже, для зменшення негативного впливу туризму на навколишнє середовище недостатньо лише економічних заходів, необхідно змінювати мислення людей та наголошувати на найпоширеніших екологічних проблемах туристичної діяльності: йдеться про зменшення обсягів і сортування відходів, зелений транспорт, дбайливе ставлення до природи та обізнаність у сфері захисту довкілля. Таким чином, без формування екологічної свідомості, в тому числі і в сфері туризму та рекреації, неможливе подолання системної антропогенної кризи та досягнення жодної із цілей сталого розвитку.

Джерела

1. *Поколодна М. М. Гордієнко Т. В., Полчанінова І. Л.* Туристські ресурси України : підручник Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 222 с.
2. *Bieloborodova M.* The role of rural tourism in the sustainable development of local hromadas // *Економіка і регіон*. 2022. № 4 (87). С. 86–94. https://doi.org/https://doi.org/10.26906/EiR.2022.4(87).2786
3. *Грицюк М. Ю., Грицюк Ю. І.* Природокористування та стійкий розвиток туризму в Карпатському регіоні України // *Науковий вісник НЛТУ України*. 2018. Т. 28. № 2. С. 99–110.

Науковий керівник: *М. В. Бєлобородова, канд. екон. наук, доцент кафедри туризму та економіки підприємства*

С. О. НЄМИКІН
здобувач вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ

Одним із найбільших важливих викликів для економіки Харківського регіону є низький рівень інвестицій у промисловість, який у поєднанні з високим обсягом виробничих фондів та недостатньою інноваційною активністю може призвести до деіндустріалізації та деградації економіки регіону. Для успішного протистояння цьому виклику необхідно проводити державну політику залучення іноземних та внутрішніх інвесторів, розширювати державну підтримку промислового розвитку, налагоджувати роботу експортно-кредитного агентства та сприяти інтеграції підприємств у глобальні ланцюги доданої вартості [1–2].

Інвестиційна привабливість області збільшиться, науково-освітній обмін з країнами ЄС буде розвинутим, а освіта протягом життя та покращення бізнес-клімату допоможуть зупинити відтік кваліфікованих кадрів. Децентралізація та співпраця з країнами ЄС сприятимуть покращенню житлово-комунальних та соціально-культурних послуг, а також збільшенню можливостей працевлаштування у сільській місцевості. Це в свою чергу зменшить розрив у якості життя між різними територіями області. Ефективне протистояння викликам у демографічній та соціальній сферах допоможе зупинити скорочення населення та зменшити демографічне навантаження.

Основною небезпекою для Харківської області залишається можливість зниження інвестицій в економіку внаслідок політичної нестабільності, збільшення конфлікту на сході України, високого рівня корупції, недостатньої споживчої здатності населення та його негативних очікувань. Якщо цей ризик поглиблюється, може виникнути дефіцит зовнішніх інвестицій через глобальну фінансову кризу. Одночасно, збільшення конкуренції на світових ринках традиційного експорту, недосконала регуляторна політика, знижують експортний потенціал економіки області, гальмують інвестиції та пригнічують інноваційну активність підприємств. На даний момент цей потенціал є недостатнім і може продовжувати знижуватися через обмеження на трансфер технологій, що є наслідком збільшення глобальної конкуренції.

Наростання проблем із соціальним забезпеченням, працевлаштуванням, економічною та політичною нестабільністю призводить до наростання міграційних настроїв населення. Це з одного боку призводить до збільшення кількості внутрішніх мігрантів, а з іншого — до відтоку кращих кваліфікованих

кадрів. Обидві тенденції негативно впливають на якість надання медичних, освітніх та соціальних послуг.

Зміна клімату та падіння цін на ринках сільгосппродукції створюють проблеми для розвитку сільських територій. Недостатня розвиненість фермерських господарств, зниження родючості земель та ефективності господарювання скорочують можливості працевлаштування в сільській місцевості. Це призводить до подальшої урбанізації та збільшення тиску на житлово-комунальне господарство у містах, що може спричинити зниження якості послуг та неможливість задоволення потреб населення. Необхідно також враховувати екологічні проблеми, які виникають через зношеність мереж постачання та транспортної інфраструктури [3].

Відтік населення з сільських територій призводить до знелюднення цих територій, збільшення розриву між обласним центром та іншими містами та сільськими територіями регіону у соціально-економічному розвитку.

ІТ-фахівці та освітні установи з високою якістю навчання знаходяться в області. Це дає перевагу у залученні інвестицій в умовах глобалізації та цифрової економіки. Розвинена сфера освіти забезпечить залучення іноземних студентів та покращення трудового потенціалу. Природні умови сприяють розвитку сільського господарства, що може бути диверсифікованим та включати харчову промисловість. Наявність енергетичних ресурсів та розвинута транспортна інфраструктура дають можливість для підвищення енергонезалежності та сприяють співпраці з ЄС та іншими країнами.

Джерела

1. *Заїка С. О.* (2009). Конкурентоспроможність та передумови інноваційного розвитку сільськогосподарських товаровиробників // Збірник тез доповідей Шостої Міжнародної наук.-практ. конф. молодих вчених “Економічний і соціальний розвиток України в XXI столітті: національна ідентичність та тенденції глобалізації”. Тернопіль: Вид-во ТНЕУ “Економічна думка”. Ч. 1. С. 203–205.
2. *Заїка С. О.* (2012). Проблеми конкурентоспроможності України у світовому господарстві та шляхи досягнення економічної безпеки / С. О. Заїка, О. О. Білецька // Наука України. Перспективи та потенціал: Матеріали III Всеукраїнської наук.-практ. заочної конф. “Наука України. Перспективи та потенціал” / Всеукраїнське громадське об’єднання “Нова освіта”. Запоріжжя. С. 35–38.
3. Стратегія розвитку Харківської області на 2021–2027 роки. Режим доступу: https://www.strategy.kharkiv.ua/docs/kharkiv_region_strategy_project.pdf

В. П. НІКІФОРІДІС
ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В СИСТЕМУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних економічних умовах оновлення, постійні покращення та інновації є не лише способом розвитку, а й умовою виживання економічних систем. Однак основна увага в цьому питанні приділяється продуктовим і технологічним інноваціям, тоді як темпи реалізації управлінських інновацій, до яких належать і інновації в управлінні персоналом (HRMI), істотно відстають (феномен різниці в темпах зростання впровадження виробничих та управлінських інновацій отримав в інноваційному менеджменті назва — організаційний лаг).

Однак значущість HRMI для ефективності реалізації продуктових та технологічних інновацій виявляється настільки ж високою (попри складніше прогнозування їх впливу та ефективності).

Приклад флагманів світової економіки свідчить, що прискорення економічного зростання неможливе без переходу до інноваційної моделі розвитку. Перехід до економіки знань зміщує пріоритети ресурсного забезпечення підприємств промисловості в бік інтелектуальної складової, носіями якої є персонал. За таких умов управління персоналом стає найважливішою складовою системи забезпечення інноваційного розвитку підприємства.

Використання інноваційних технологій у системі управління персоналом є вагомою конкурентною перевагою, що забезпечує стійкий ефективний розвиток даної системи та всієї організації. Найбільш поширеною є класифікація інноваційних технологій відповідно до процесів управління персоналом підприємства.

В галузі формування персоналу, на думку багатьох авторів, такі технології, як “полювання за головами” та електронний рекрутинг (система підбору персоналу через інтернет, унікальною особливістю якої є автоматизація всіх етапів роботи з потенційними кандидатами на роботу в організацію), є лідируючими.

Для атестації та поточної оцінки співробітників найбільш затребувана технологія центру оцінки (асесмент-центр), яка використовується на стадіях підбору, навчання та розвитку, стимулювання співробітників і в даний час розглядається в розвинених країнах як одна з найефективніших. процедур оцінки та відбору кадрів. Суть цієї технології полягає в тому, що суб’єкт виконує серію вправ з ключових аспектів того роду діяльності, в якому його професійні компетенції найбільш придатні. Рівень компетентності визначається фахівцями з оціночних шкал. На основі одержаних оцінок встановлюється ступінь відповідності кандидата посаді, його потенціал професійного зростання.

Інноваційними технологіями в галузі навчання та розвитку персоналу, найпоширенішими сьогодні, є тренінг, тимбілдинг, коучинг, ділові та рольові ігри, семінари з аналітичної моделі, цільові відрядження, онлайн-семінари та багато іншого. Грейдування, стрес-менеджмент та управління конфліктами — це інноваційні технології оперативного управління персоналом підприємства [2; 5].

Фактором інноваційного розвитку підприємства є насамперед фахівці, здатні висувати інноваційні пропозиції. Якщо в компанії не вистачає креативних співробітників, у сучасних умовах обов'язково виникне необхідність залучення висококласних спеціалістів, здатних до творчої активності та раціоналізаторства, відкритих усьому новому, прогресивному [див. 9].

Фактори впровадження нових інноваційних технологій у галузі управління персоналом: зниження темпів розвитку виробництва, економічний спад, зниження витрат на персонал, падіння вироблення, збільшення плинності кадрів.

Для реалізації політики розвитку персоналу багато великихпідприємств створюють дослідницькі центри, бізнес-школи, впроваджують систему наставництва, дистанційного навчання. Ще однією сферою забезпечення підприємства професійним персоналом є створення ефективного рекрутингу працівників, який є серією дій з пошуку та відбору працівників для організації. До інструментів рекрутингу персоналу належать вибір критеріїв оцінки під час відбору претендентів. У процесі рекрутингу визначаються вимоги до кандидатів на вакантні посади (вікові та гендерні характеристики, освіта, досвід роботи за фахом або посадою тощо). Для підбору співробітників використовуються анкетування, асесмент-центр та тестування, співбесіда.

Рекрутинг персоналу є трудомістким процесом; можливості підвищення його ефективності пов'язані з використанням сучасних цифрових технологій, що сприяє скороченню часу заміщення вакантних місць та підвищенню якості відбору та ділової оцінки.

Щоб оптимізувати витрати та використовувати кращі практики рекрутингу, компанії поступово переходять на дистанційну оцінку, створюють профілі кандидатів на основі інформації із соціальних мереж та віртуальних хмарних інформаційних систем, впроваджують такі форми відбору, як відеоінтерв'ю [3; 6].

Область організаційних комунікацій також удосконалюється на основі інноваційних технологій кадрового менеджменту. Формування позитивної психологічної атмосфери та сучасної організаційної культури для продуктивної інноваційної роботи — це необхідна умова зростання продуктивності праці та конкурентоспроможності організації.

Соціально-психологічний клімат має сприяти виробленню інноваційних пропозицій та рішень, активній взаємодії в ході спільної діяльності для досягнення поставлених цілей. Процесу модернізації організаційної культури має передувати її діагностика на основі використання комплексу валідних оціночних засобів.

При впровадженні інноваційних технологій у систему управління людськими ресурсами на підприємстві необхідно враховувати бар'єри та ризики, які гальмуватимуть цей процес. Ці ризики включають:

- відсутність співробітників у компанії з лідерським потенціалом та готовністю взяти на себе відповідальність за результати впровадження інновацій, керувати та спонукати інших працівників;
- низький рівень знань, креативності та прагнення до самонавчання та саморозвитку у персоналу;
- недостатнє фінансування організацією програм навчання та розвитку людських ресурсів, програм мотивування працівників;
- брак часу у співробітників для розробки інноваційних ідей через значне навантаження під час виконання безпосередніх посадових функцій.

Досвід впровадження інноваційних технологій напідприємствах показав, що їх використання в системі персонал-менеджменту тягне за собою інноваційні перетворення в інших підсистемах компанії (НДДКР, виробництві, товароруху, зв'язках із громадськістю). Знання сучасних тенденцій у галузі інноваційних технологій в управлінні працівниками дозволить розвинути взаємозв'язки та забезпечити гармонійне задоволення інтересів керівництва та персоналу підприємства

Але участь в інноваційних зрушення неможлива без трансформації, розвитку та інноватизації самої системи управління персоналом, без здійснення принципових змін в формах і методах управління трудовими ресурсами.

Впровадження нових технологій в усіх сферах життєдіяльності та професійної реалізації, нові форми організацій виробництв, тотальна та швидка інформатизація суспільства вимагають зміни способів ведення бізнесу і взаємодії людей в бізнес-процесах

Зрозуміло, що з одного боку можливості інформаційного суспільства є корисними з точки зору управління персоналом підприємства, забезпечення його розвитку, але з іншого боку вони значно ускладнюють процеси роботи з персоналом, оскільки він стає значно мобільнішим, значно змінюються мотиваційні вимоги та рівень ефективності методів мотиваційного впливу, підвищується рівень конкуренції за кваліфікований персонал на ринках праці тощо.

За сучасних умов принципи, технології та механізми, на яких базується система управління персоналом, потребують постійного оновлення та вдосконалення з метою забезпечення розкриття та ефективного використання потенціалу працівників з метою досягнення як загальних цілей організації, так і особистих цілей індивідуумів.

Сучасні системи управління персоналом мають враховувати певні концептуальні аспекти, без яких неможливо досягти підвищення конкурентоспроможності підприємства, а саме:

• персонал має сприйматися як інтелектуальний капітал, який є базисом забезпечення ефективного використання всіх інших наявних ресурсів підприємства і розвиток якого потребує інвестицій;

• головним ресурсом підприємства стають знання, носіями яких є персонал, і система управління персоналом повинна мати на меті забезпечення генерації, накопичення та ефективного використання знань в цілях інноваційного розвитку підприємства;

• формування ефективних систем управління персоналом неможливе без постійних активних інноваційних змін всередині самої системи, спрямованих на досягнення стратегічних цілей розвитку організації шляхом підвищення рівня ефективності та результативності використання її інтелектуального капіталу;

• технології управління персоналом мають бути орієнтовані на досягнення цілей організації шляхом розкриття креативних, творчих здібностей персоналу, досягнення ним власних цілей розвитку, підвищення якості трудового життя.

Інноваційні методи управління трудовим потенціалом мають будуватись на трьох принципах: самостійність, цілеспрямованість та професіоналізм. Зростання ролі інтелектуального капіталу в сучасних умовах викликає необхідність постійного навчання персоналу. В умовах швидких зовнішніх змін у працівників повинна бути сформована компетентність, яка задовольняла б сучасні вимоги працедавців.

Джерела

1. *Новікова М. М.* Технологія управління персоналом: теоретичні та методичні аспекти: монографія / М. М. Новікова, Л. О. Мажник ; Харк. нац. акад. міськ. госп-ваХарків : ХНАМГ, 2012. 215 с.
2. *Третяк О. П.* Сучасні персонал-технології у системі управління персоналом на підприємстві // *Науковий вісник НЛТУ України*. 2014. № 24(4). С. 389–396.
3. *Дашко І. М.* Розвиток інноваційних технологій управління персоналом на підприємствах у сучасних умовах господарювання // *Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. № 9. С. 37–41.

Науковий керівник: *П. І. Сокуренко, канд. екон. наук, доц.*

Ю. П. НОВАК

ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У СТРУКТУРІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ

Стратегія управління персоналом є важливим елементом у структурі стратегічного управління. Вона має розроблятися з урахуванням як інтересів вищого керівництва організації, так і інтересів безпосередніх працівників. Головною метою стратегічного управління персоналом є формування страте-

гічних можливостей за рахунок залучення висококваліфікованих, мотивованих до праці фахівців, які допоможуть компанії досягти довгострокової конкурентної переваги та витримати заданий напрямок спільної бізнес-стратегії [1].

На практиці використовують безліч стратегій управління персоналом організації, серед яких до найбільш ефективних можна віднести наступні:

- підприємницька;
- динамічного зростання;
- прибутковості;
- ліквідації;
- кругообігу;
- скорочення.

Кожна має свої відмінні риси, які зумовлюють різний вплив на роботу співробітників організації.

Підприємницька стратегія. Цю стратегію використовують управлінці організацій, які фокусуються на виконанні всіх вимог споживача без концентрації уваги на врахуванні можливих наслідків. Відмінними рисами даної стратегії є:

- відбір лише тих співробітників, які відрізняються готовністю прийняти на себе ризик і мають такі якості, як ініціативність, комунікабельність, настрій на довготривалу роботу;
- преміювання найбільш ефективних співробітників, що відповідає очікуванням найманого працівника;
- кадрове планування з урахуванням інтересів співробітників.

Стратегія динамічного зростання. Цю стратегію використовують організації, які бажають максимально знизити рівень ризику і формують принципи подальшого процвітання компанії. Серед особливостей цієї стратегії виділяють:

- керівники організації орієнтовані на пошук гнучких співробітників, націлених на покращення своїх професійних компетенцій у разі потреби;
- об'єктивний розподіл винагород;
- планування внесення лише поправок до кадрового складу, які відповідають реальному потенціалу компанії.

Стратегія прибутковості. Основною її метою є підтримка наявного обсягу прибутку організації, тому керівники фокусуються на удосконаленні діяльності співробітників у сфері виконання завдань. Характерні риси цієї стратегії:

- рекрутинг жорсткий і ретельний;
- фінансове заохочення, засноване на реальних заслугах і результатах ефективної трудової діяльності;
- планування перестановок є незаперечним, заснованим на поглядах керівництва про їх раціональність.

Стратегія ліквідації. Застосовується у разі глобальних збитків компанії, які підштовхують її на продаж активів. Політика управління кадрами має такі особливості:

- найм нових співробітників практично неможливий;

- співробітники отримують тільки фіксовану заробітну плату, відсутня додаткова грошова мотивація;
- підвищення на посаді співробітників з необхідним досвідом та компетенцією.

Стратегія кругообігу. Головною метою є недопущення банкрутства організації. Для її досягнення керівники нерідко вдаються до звільнення працівників. Управління персоналом має такі характеристики:

- працевлаштування лише працівників, які необхідні для подальшого функціонування підприємства;
- оплата відповідно до системи матеріального та нематеріального стимулювання;
- підвищення кваліфікації співробітників проводиться за крайньої необхідності.

Стратегія скорочення. На етапі занепаду організації, коли керівники основною метою ставлять порятунок бізнесу, починається процес скорочення штатів співробітників. Ця стратегія відрізняється наступним:

- відбір нового персоналу не проводиться;
- в організації залишаються тільки ті співробітники, які готові нести додаткові обов'язки, відрізняються гнучкістю та орієнтовані на працю, що веде до успіху організації;
- практично повна відсутність мотивації співробітників;
- перекваліфікація співробітників тільки виходячи з їхнього бажання, без матеріальної участі організації;
- заробітна плата чітко фіксована, відсутність преміювання персоналу.

Отже, у світі існують шість найбільш ефективних стратегії управління персоналом. Кожна з них має різну результативність на певних етапах розвитку та зростання організації. Всі ці стратегії так чи інакше спрямовані на забезпечення такого використання людських ресурсів та управління ними, яке сприяло б подальшому процвітанню організації [2].

Джерела

1. *Козенков Д. Є., Крамаренко А. В., Вишневська М. К., Альошина Т. В.* Стратегічне управління персоналом промислового підприємства: монографія. Дніпро: Поліграфцентр "Формат0, 2022. 116 с.
2. *Базалійська Н. П.* Світовий досвід управління трудовою діяльністю персоналу в країнах з розвиненою ринковою економікою // *Інноваційна економіка*. 2019. № 1. С. 138–142.

Науковий керівник: *В. Г. Гноєвий, канд. екон. наук, доц.*

Н. І. НОВАЛЬСЬКА
канд. екон. наук, доц.

В. В. КЛИМЕНКО
канд. екон. наук, доц.,
Національний авіаційний університет

РОЗВИТОК ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ КОМПАНІЙ НА ШЛЯХУ ДО СИСТЕМНИХ ІНТЕГРАТОРІВ

Зарубіжний та передовий вітчизняний досвід свідчать, що найбільшу економічну ефективність забезпечує інтегроване логістичне обслуговування, у якому логістичний посередник надає в комплексі різноманітні логістичні послуги з просування та сервісного обслуговування товароматеріальних потоків.

Більшість виробничих і торгових підприємств для організації товароруху користується послугами виконавців логістичного процесу (сторонніх перевізників, брокерів, комерційних складів), і навіть організаторів (експедиторів), менша частина — власними складськими і транспортними ресурсами. Часто компанії використовують як власні можливості, так і послуги інших компаній. У будь-якому випадку в компаніях є системи управління, які дозволяють організовувати та контролювати товарні потоки.

На сучасному ринку транспортно-логістичних послуг можна виділити три основних напрями: виконання перевезень і експедирування вантажів транспортом різних видів; надання складських послуг; надання послуг по інтеграції, а також управлінню ланцюгами постачань.

Інтеграція (від лат. *integratio* — поповнення, відновлення) як процес обєднання окремих елементів в єдине ціле дозволяє поєднати та координувати дії різних частин цілісної системи, забезпечити взаємодію окремих структур та досягнути певного бізнес-результату.

В організаційній єдності процесів інтеграції відбуваються становлення та еволюція технологій транспортування та логістики. Так інтегральна парадигма управління та розвитк інтегрованої логістики на початку XX століття породили нову ідеологію управління логістичними процесами та бізнесом в цілому — управління ланцюгами поставок [1].

В умовах розвиненої економіки серед різноманітних форм інтеграції партнерської взаємодії та відносин можна виділити такий вид партнерських стосунків як бізнес-альянси, які характеризується найбільш вдалим інфраструктурним ефектом.

До найбільших європейських вертикальних альянсів в області управління ланцюгами постачань можна віднести:

- альянс компанії Danzas AEI і Roche Pharma Suisse, які уклали міжконтинентальний контракт по контролю над ланцюгом поставок, повітряні й морські перевезення;
- альянс компанії Exel Logistics і BIC UK підписали угоди в області управління ланцюгом поставок;
- альянс компанії Danzas і Kellogg's, бізнес стосунки яких передбачають, що Danzas надає послуги по складуванню й дистрибьюції товару на глобальному рівні для підприємств у Мічигані (США), Мексиці та Великобританії [1].

В Україні ринок транспортно-логістичних послуг почав формуватися в 90-х рр. XX ст. Нині він перебуває на четвертому етапі свого розвитку, який характеризується становленням 3PL та 4PL операційної діяльності, передачею торговельними та промисловими підприємствами логістичних функцій на аутсорсинг (зокрема, внутрішньовиробниче транспортування, складське зберігання, управління запасами) [2, с. 390]. Сучасні транспортно-логістичні компанії все частіше пропонують:

- послуги сервісу "під ключ", яка передбачає надання повного спектру транспортних, експедиторських, логістичних послуг, митно-брокерське оформлення за оптимальною схемою доставки вантажу в мінімальні терміни;
- дистрибуцію за принципом "точно в строк";
- послуги транспортного та логістичного аутсорсингу;
- систему розподільчої логістики з адресною доставкою вантажів у форматі "палета", "ящик", "товарна одиниця" за 24/18/12 години;
- доставку вантажів у форматі "ящик", "палета", "документ" за системою "від дверей до дверей";
- комплексні логістичні рішення з організації розподільчих центрів.

В Україні після початку повномасштабного вторгнення росії виникло чимало перешкод для здійснення діяльності транспортно-логістичних компаній. Разом з тим компанії адаптуються до змін бізнес-середовища. Наприклад, в короткі строки перейшли на мультимодальні способи доставки вантажів в міжнародному сполученні, оптимізують терміни транзиту та собівартості доставки за рахунок удосконалення алгоритмів консолідації вантажів. Не зважаючи на суттєві руйнування транспортної інфраструкти, відбуваються поступово відновлювальні роботи, зміна логістичних потоків, будівництво нових логістичних хабів та відновлення ланцюгів постачання.

Джерела

1. *Смерічевська С. В., Жаболенко М. В., Ібрагімхалілова Т. В.* Supply chain management (scm) як нова ідеологія управління бізнесом в умовах глобалізації економіки. URL: https://www.sworld.com.ua/simpoz1/138.htm
2. *Новальська Н. І., Клименко В. В., Москаленко О. І, Селіщев С. В.* Особливості трансформації ринку транспортно-логістичних послуг в Україні // *Наукоємні технології.* 2021. Т. 52. № 4. С. 389–397.

Л. А. ОЛЕКСІЄНКО
канд. пед. наук, доцент кафедри соціальної роботи та мовної підготовки, Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

МОТИВАЦІЯ ВОЛОНТЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Питання, чому люди замаються волонтерством, є актуальним на сьогодні. У нашому дослідженні поняття "волонтерство", "волонтерська діяльність" охарактеризуємо як заплановану просоціальну поведінку.

У випадку волонтерства можна припустити, що залучені до волонтерської діяльності люди ретельно обміркували, чому вони хочуть працювати в цьому напрямку. Зарубіжні дослідники Гюртент С., Штрубель І., Кальс Є., Вехнер Т. пропонують використовувати мотиваційний підхід, щоб краще зрозуміти цю стійку готовність до волонтерства. Моделлю для пояснення мотивації волонтерів є так званий функціональний підхід, який перераховує мотиви, що можуть бути в основі волонтерської діяльності. У центрі функціонального підходу є припущення, що різні люди можуть мати однакові погляди на предмет та бути залучені до одних й тих самих видів діяльності, проте їх мотиви не обов'язково співпадають [1, с. 312].

Успішне волонтерство, згідно з функціональним підходом, пояснюється відповідністю між мотиваційними функціями, які є важливими для людини, що бере участь у волонтерській діяльності, з одного боку, та пропозиціями роботи, які можуть відповідати цим функціям, з іншого [2].

Науковці, що вивчають питання мотивації волонтерської діяльності, описали шість функцій, які може виконувати волонтерство, і розробили опитувальник "Перелік волонтерських функцій", який дозволяє визначити ці функції як "мотиви волонтерства" [3, с. 1523]. Згодом була розроблена німецькомовна версія анкети.

1. Функція цінності. Волонтерство дозволяє виражати свої цінності, наприклад, допомагати нужденним, турбуватися про благополуччя інших і співчувати. Приклад: я можу зробити щось для справи, яка особисто для мене є важливою.

2. Функція досвіду. Волонтерство дає змогу навчитись новому, отримати практичний досвід, пізнати конкретне соціальне середовище та, що не менш важливо, краще зрозуміти себе. Приклад: я можу пізнати свої сильні сторони.

3. Функція кар'єри. Волонтерство допомагає власній професійній кар'єрі; встановлюються контакти; набуваються вміння та навички, корисні для своєї роботи; випробовуються різні професійні можливості. Приклад: волонтерство може допомогти мені досягти успіху в моїй професії.

4. Функція соціальної адаптації. Волонтерство посилює власну інтеграцію до певної соціальної групи; очікування соціального середовища можна задовольнити власною участю (наприклад, якщо родина та друзі також є волонтерами). Приклад: близькі мені люди хочуть, щоб я був волонтером.

5. Функція самооцінки. Волонтерство змушує відчувати себе потрібним, підвищує самооцінку. Приклад: завдяки волонтерській діяльність і відчуваю себе краще.

6. Захисна функція. Волонтерство відволікає увагу від турбот, зменшує почуття самотності та знімає почуття провини через те, що у вас щось краще, ніж у інших людей. Приклад: волонтерство допомагає мені вирішувати власні проблеми [4, с. 76].

Цей список із шести функцій аж ніяк не є вичерпним. Залежно від конкретної волонтерської діяльності можуть бути додані інші мотиви. Однак, ця добірка мотивацій дає чітке уявлення про різноманітність мотивів волонтерства, які не зводяться до спрощених категорій на кшталт егоїзму чи альтруїзму, а можуть залежати від різних факторів.

Джерела

1. *Güntert S. T., Strubel I. T., Kals E., & Wehner T.* (2016). The quality of volunteers' motives: Integrating the functional approach and self-determination theory // *The Journal of Social Psychology*. 156, 310–327.
2. *Güntert S. T.* (2007). Freiwilligenarbeit als Tätigsein in Organisationen: Arbeits- und organisations psychologische Studien zu Freiwilligen- und Miliztätigkeiten — diskutiert vor dem Hintergrund tätigkeitstheoretischer Überlegungen. (Unpublished doctoral dissertation). ETH Zürich.
3. *Clary E. G., Snyder M., Ridge R., Copeland J., Stukas A. A., Haugen J., Miene P.* (1998). Understanding and assessing the motivations of volunteers: A functional approach // *Journal of Personality and Social Psychology*. 74, 1516–1530.
4. *Oostlander J., Güntert S. T., van Schie S., & Wehner T.* (2014). Volunteer Functions Inventory (VFI): Konstruktvalidität und psychometrische Eigenschaften der deutschen Adaptation. Diagnostica, 60, 73–85.

В. М. ОРЛОВ

д-р екон. наук, проф.,
Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку

Ю. В. ТЕРЕШКО

канд. екон. наук, доц.,
Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку

О. В. КИРИЛЕНКО

Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку

СИСТЕМА ГРЕЙДУВАННЯ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПІДВИШЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ

ОПЛАТИ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТЛК-СФЕРИ

В умовах нестабільної економіки та реалізації програми імпортозаміщення, кадровим службам підприємств телекомунікаційної сфери необхідно застосовувати інноваційні підходи щодо вдосконалення систем оплати праці персоналу. На думку більшості провідних вчених та фахівців з питань управління трудовими ресурсами та систем оплати праці, в умовах сьогодення, інноваційна система грейдів є найбільш об'єктивною та виправданою основою для формування на підприємствах сфери телекомунікації та зв'язку прозорої та керованої системи оплати праці.

Остаточний перехід до концепції управління трудовими ресурсами показав, що в сучасних умовах працівники є конкурентним багатством, капіталом компанії, який необхідно розміщувати, розвивати та розумно керувати ним [1]. Від рівня трудової активності працівників залежить ефективність усієї діяльності організації. На думку авторів, сучасний працівник, як власник людського капіталу, не терпить "знеособленості та зрівнялівки", він включається до суспільного процесу виробництва не просто через матеріальну необхідність, а свідомо. Такий працівник вимагає особливого, дбайливого ставлення та індивідуального підходу. Основний недолік більшості діючих систем стимулювання — слабка мотивація працівників на підвищення якості та обсягів виконання робіт, на професійне зростання та участь у розвитку компанії. Така система стимулювання не дозволяє співвіднести особисті цілі співробітників із цілями компанії та мотивувати співробітників на реалізацію останніх. За таких умов постає питання щодо формування нових підходів до розвитку та задоволення потреб персоналу, удосконалюючи прийняті системи мотивації та застосовуючи інноваційні для підприємства технології.

Сьогодні, значна частина трудових ресурсів підприємств телекомунікаційної сфери наголосила, що для успішної професійної діяльності у висококонкурентному середовищі необхідно побудови максимально прозору та ефективну, адекватну очікуванням та обґрунтовану системи матеріального стимулювання. Така система відображає перспективи просування по службі, формує у співробітників відчуття справедливості винагороди, що мотивує до творчості, ініціативності та, зрештою, сприяє підвищенню продуктивності праці. Система оплати праці, що відповідає стратегії розвитку організації, має бути конкурентоспроможною, тим самим залучаючи до співпраці висококваліфікованих спеціалістів.

Підвищення результативності діяльності підприємств телекомунікаційної сфери ставить перед фахівцями дедалі складніші виробничі та організаційні завдання, у тому числі у галузі розробки нової, вдосконаленої моделі управління персоналом. Одним із інструментів управління трудовими ресурсами є ефективна організація оплати праці. Останнім часом на підприємствах сфери ТЛК при встановленні систем винагороди працівників найбільшого поши-

рення набуває система грейдів, яка є інноваційною безтарифною системою, що відповідає всім основним вимогам конкурентоспроможності підприємств сфери ТЛК. Грейдинг можна перекласти як "класифікація, сортування, упорядкування", грейд — це група подібних за значимістю посад із подібним діапазоном заробітної плати.

Систему грейдів визначають як групування посад за певними ознаками із єдиною метою стандартизації оплати праці персоналу. Система грейдування є різновидом матеріальної мотивації персоналу, в основі якої зосереджено оцінку відносної цінності посади на підприємстві та створення ієрархії посад з відповідним рівнем винагороди. Це вертикальна структура позиційних посад, заснована на визначенні значущості, складності праці та відповідальності робіт.

Розглянемо основні цілі, які дозволяє досягти система грейдування на підприємстві [2]:

- систематизація найменувань усіх посад компанії;
- встановлення точних меж ("вилок") вартості всіх посад компанії;
- створення простого, зрозумілого, прозорого та справедливого інструменту для визначення рівня зарплати;
- розробка системи оцінки посад;
- створення ґрунту для планування розвитку співробітників компанії;
- впровадження єдиного підходу до циклу прийому, ротації, кар'єрного розвитку на основі оцінки персоналу.

Впровадження системи грейдингу для оцінювання посад та оплати праці дає можливість компаніям вирішити такі завдання:

- Формування єдиних принципів у системі оплати праці.
- Оптимізація витрат на персонал на базі оптимального балансу між "внутрішньою справедливістю" та "зовнішньою конкурентоспроможністю" щодо рівня зарплати, компенсацій та пільг.
- Підвищення об'єктивності у прийнятті рішень щодо рівня заробітної плати.
- Гармонізація внутрішнього середовища організації за рахунок мінімізація суб'єктивності у прийнятті рішень щодо рівня заробітної плати та суперечностей та конфліктних ситуацій, що випливають із цього.
- Можливість диференційованого підходу до різних груп/рівнів посад, враховуючи стратегічні операційні завдання бізнесу та ситуацію на ринку праці.

У цілому нині впровадження та застосування системи грейдів — це вирішення найгостріших питань систематизованості роботи, управління та загальної результативності, і навіть створення командного духу у згуртованому колективі. Ефективна організація праці, перспективи кар'єрного зростання, розуміння чинників, яких залежить подальше зростання зарплати — усе це є сильною мотивацією для вдосконалення працівника як як особистості, а й як професіонала своєї справи, поділяючого цінності підприємства міста і зацікавленого збільшення прибутку підприємства. Впровадження цієї системи оплати праці дозволяє підприємству бути конкурентоспроможним

на внутрішньому та зовнішньому ринках, оскільки підвищується прозорість компанії для інвесторів. До того ж, запровадивши систему грейдів, підприємство може позиціонувати себе як міцного гравця на світовому ринку праці та залучати на роботу або до співпраці топ-менеджерів, а також висококласних фахівців з усього світу.

Впровадження системи грейдування дозволяє усунути диспропорції в оплаті праці за низкою посад, підвищити мотивацію персоналу, скоротити нераціональну кількість посад у штатному розкладі та рівні управління в організаційній структурі підприємства.

Джерела

1. *Корнілова О.* Місце преміювання в управлінні стимулювання праці в діючих умовах господарювання підприємств // *Торгівля і ринок України: темат. зб. наук. пр.* Донецьк: ДонДУЕТ, 2018. Вип. 13. Т. 1. 420 с.
2. *Беззуб Л. О.* Мотивування персоналу за допомогою впровадження системи грейдів. URL:http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Uproz/2012_15/u1215bez.pdf

Науковий керівник: *В. М. Орлов, д-р екон. наук, проф.*

В. О. ОСТАПЕНКО
здобувач другого рівня вищої освіти, МАУП

ФОРМИ ПАРЛАМЕНТСЬКОГО КОНТРОЛЮ ЗА ДІЯЛЬНІСТЮ УРЯДІВ

Парламентський контроль — це особливий вид державного контролю, який здійснюється Верховною Радою України на підставі та у межах, визначених Конституцією і законами України, що дає змогу парламентові отримувати достовірну й об’єктивну інформацію про фактичне виконання своїх обов’язків і повноважень відповідними органами влади та їх посадовими особами, належним чином реагувати на виявлені порушення і, відтак, спрямований на забезпечення конституційної законності та державної дисципліни у сферах їх безпосередньої владно-управлінської діяльності.

Парламентський контроль Верховна Рада здійснює в межах власної компетенції щодо будь-яких об’єктів контролю, за винятком судів та правоохоронних органів при провадженні ними оперативно- розшукової діяльності, дізнання та досудового слідства, здійснення правосуддя за окремими категоріями справ.

Щодо таких об’єктів здійснюється непрямий (опосередкований) парламентський контроль, зокрема щодо Конституційного Суду України — при призначенні шести суддів Конституційного Суду, щодо судів загальної юрисдикції — при обранні суддів на посади безстроково, наданні згоди на арешт

або затримання судді, призначенні трьох членів до складу Вищої ради юстиції і т. ін.

Парламентський контроль за забезпеченням прав, свобод та обов'язків людини і громадянина здійснюється Верховною Радою України через Уповноваженого Верховної Ради з прав людини. Парламентський контроль за діяльністю Кабінету Міністрів України здійснюється при розгляді та прийнятті рішення щодо схвалення Програми діяльності Уряду, затвердженні загальнодержавних програм економічного, науково-технічного, соціального і національно-культурного розвитку та охорони довкілля, підготовку і виконання яких здійснює Кабінет Міністрів, призначення за поданням Президента Прем'єр-міністра України та за поданням останнього членів Кабінету Міністрів (за винятком тих, що призначаються за поданням глави держави), звітуванні членів Кабінету Міністрів за свою діяльність, розгляді питання про відповідальність Уряду, розгляді та прийнятті підготовленого Урядом проекту закону про Держбюджет та розгляду звіту Уряду про його виконання тощо.

Парламентський контроль за фінансово-економічною діяльністю держави здійснюється Верховною Радою на всіх стадіях бюджетного процесу та через Рахункову палату, а також при наданні згоди на призначення главою держави Голови Національного банку, при призначенні за поданням Прем'єр-міністра України Голови Антимонопольного комітету, Голови Фонду державного майна, звільнення зазначених осіб з посад, призначенні половини складу Ради Національного банку тощо.

Здійснення Верховною Радою парламентського контролю забезпечується діяльністю парламентських профільних комітетів, а також тимчасових спеціальних і тимчасових слідчих комісій. Спеціалізованими ж органами парламентського контролю є Уповноважений Верховної Ради України з прав людини та Рахункова палата України.

Після внесення на розгляд Верховної Ради питання про відповідальність Кабінету Міністрів комітети відповідно до предметів їх відання у семиденний строк формулюють і направляють через апарат Верховної Ради питання до Уряду, на які вони хотіли б отримати відповіді до розгляду питання про його відповідальність. Кабінет Міністрів України у десятиденний строк після отримання вказаних запитань направляє комітетам відповіді на них, після одержання яких комітети розглядають питання про відповідальність Уряду України на своїх засіданнях.

Джерела

1. *Лавренюк С.* Еволюція влади. Виконавча гілка. XIII Країна потребує переходу до парламентсько-президентської республіки // *Голос України*. 2006.
2. *Шевчук А.* Фракційна структура Верховної Ради України: етапи становлення та перспективи розвитку // *Часопис Парламент*. 2001. № 1. С. 11

Науковий керівник: *Г. О. Кузьменко, д-р філософії в галузі публічного управління та адміністрування*

О. В. ОЧЕРЕТЯНА
Національний технічний університет України
"Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського"

ВПЛИВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ РЕСУРСІВ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ

Сталий розвиток за своєю сутністю є процесом, внаслідок якого відбуваються інтенсивні позитивні зміни. Усі вони неможливі без використання інтелектуальних ресурсів та їх постійного збагачення. Прикладом інтелектуально містких змін можуть бути впровадження новітніх технологій, імплементація передових методів управління або втілення людиноцентристських практик. Для сталого розвитку регіонів важливою умовою є концентрування знань, креативності, професіоналізму громадян та одночасно вміння територіальних органів управління ефективно розпоряджатися інтелектуальними ресурсами.

Аналізуючи досвід регіонального розвитку в країнах ЄС, серед ключових орієнтирів варто виокремити інтеграцію та інтелектуалізацію. Європейські регіональні інноваційні стратегії третього покоління будуються на чотирьох домінантах [1]:

1. Селекція. Передбачає визначення обмеженої кількості пріоритетів розвитку та інвестування, що надалі стануть детермінантами спеціалізації регіону.

2. Конкурентні переваги. Синергія наявної економічної спеціалізації та зосередження людських талантів для формування унікальних можливостей регіону.

3. Критична маса. Створення достатньої кількості міжрегіональних, міжгалузевих та міжнародних зв'язків для прискореного зростання регіону.

4. Спільне управління. Залучення до територіального регулювання окрім органів влади також місцевий бізнес, навчальні заклади, громадські організації та інші осередки інтелектуальних ресурсів.

В Україні подібний інструмент розумної спеціалізації вперше був централізовано імплементованим в регіональні політики у 2020 році, коли для всіх областей та столиці були створені стратегії регіонального розвитку з використанням засадничих положень смартспеціалізації. З огляду на результати проведеного аналізу цих стратегій [2], для ефективного забезпечення сталого розвитку регіонів в Україні варто вдосконалити поточні підходи до втілення інноваційних процесів, побудувати більш ефективну комунікацію між науковими товариствами, бізнесом, державними органами та громадами в питаннях розвитку інноваційного потенціалу регіонів, продуктивного використання наявних інтелектуальних ресурсів, їхнього збагачення та шляхів залучення нових.

Солосіч О. у своєму дослідженні ефекту інтелектуалізації економічних процесів на економічну безпеку [3] виділяє ключові сфери впливу інтелекту-

альних ресурсів на окремі підуправлінські одиниці. Серед них можна виділити та ретранслювати на тему даного дослідження наступні напрямки впливу на забезпечення сталого розвитку регіонів:

- підвищення пріоритету культивування інтелектуальних ресурсів, що є однією з обов'язкових умов забезпечення сталого розвитку регіону;
- інтеграція регіону у віртуальне інформаційне середовище з метою залучення його до сучасних цифрових форм взаємодії з державою та суспільством;
- стимуляція зрощення такого креативного середовища, яке генерує змінотворчі та передові управлінські рішення як на регіональному, так і на державному рівні;
- впровадження сучасного інструментарію для роботи з великими даними, що початково підвищить якість аналітичної діяльності територіальних органів управління та надалі удосконалить систему прийняття рішень;
- гуманізація громадянського суспільства, завдяки якій людиноцентристські ідеї глибше перетинаються з концепцією сталого розвитку та ефективніше впроваджуються.

Таким чином, інтелектуальні ресурси регіону прямо впливають на забезпечення його сталого розвитку та одночасно залежать від його темпів та формування смартспеціалізації. Накопичення інтелектуальних ресурсів стимулює сталий розвиток, інтенсифікує інноваційні зміни та підсилює економіку регіону.

Джерела

1. *Давимука С. А., Федулова Л. І.* Інтелектуальний ресурс — основний фактор забезпечення сталого розвитку регіонів України в умовах децентралізації // *Регіональна економіка*. 2017. № 1. С. 5–16.
2. *Шашина М. В., Солосіч О. С., Місяйло О. В., Очеретяна О. В.* Аналіз стратегій регіонального розвитку в контексті імплементації засадничих положень концепції смарт-спеціалізації у національну політику розвитку регіонів // *Ефективна економіка*. 2021. № 5. URL: www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8873.
3. *Солосіч О. С.* Вплив інтелектуалізації економічних процесів на економічну безпеку підприємницьких суб'єктів. Розвиток суб'єктів економічної діяльності в сучасних умовах господарювання: матеріали всеукр. наук.-практ. конф. (з міжнар. участю), Харків, 24–25 листопада 2022 року. С. 83–85.

Науковий керівник: *А. В. Гречко, д-р екон. наук, проф.*

Б. І. ПАНІН
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Комерційна діяльність підприємств різних форм власності та різних видів діяльності не протікає сама по собі. Для здійснення комерційної діяльності з метою задоволення запитів споживачів забезпечення функціонування підприємства необхідно нею керувати. Вивчення та вдосконалення управління комерційною діяльністю — постійне завдання керівника організації. Управління комерційною діяльністю можна як систему управління [3, с. 9].

Для системи управління комерційною діяльністю необхідно:
- розробити цілі провадження комерційної діяльності;
- розподілити функції виробництва та управління комерційною діяльністю;
- розподілити завдання між працівниками;
- встановити порядок взаємодії працівників та послідовність виконуваних ними функцій;
- придбати чи модернізувати технологію виробництва продукції, торговельно-технологічного процесу;
- налагодити систему стимулювання, постачання та збуту;
- організувати виробництво продукції та торгово-технологічний процес.

Структура управління складається з чотирьох підсистем: методології, процесу, структури та техніки управління. Методологія управління включає цілі та завдання, закони та принципи, функції, засоби та методи, школи управління. Методологія управління комерційною діяльністю базується на теоретичних положеннях та методології менеджменту. Процес управління комерційною діяльністю — частина управлінської діяльності, що включає формування системи комунікацій, розробку і реалізацію управлінських рішень, створення системи інформаційного забезпечення управління.

Основними елементами, що становлять систему управління комерційною діяльністю, є: мета, процес управління, метод, комунікації, завдання, закон, принцип, організаційні відносини, функція, технологія, рішення, характеристики інформаційного забезпечення, система документообігу, організаційна структур [1, с. 153].

Організація управління комерційною діяльністю включає такі основні елементи: встановлення цілей комерційної діяльності; розробка завдань; визначення функцій (робіт) в окремих ланках відповідно до завдань; побудова організаційної структури, що забезпечує здатність адаптуватися до змін умов виробництва та комерції; розподіл відповідальності за комерційну діяльність;

Створення системи передачі інформації, що забезпечує ефективність прийняття рішень, контролю та координації.

Для вирішення низки різних завдань можуть знадобитися однакові функції. Тому весь набір функцій аналізується, групується і складається функціональна структура комерційного відділу. Залежно та умовами функціонування підприємства процес виконання функцій то, можливо циклічним і разовим, безперервним і дискретним, послідовним і паралельним.

В основу побудови організаційних структур комерційної служби та управління комерційною діяльністю покладено такі основні принципи [2, с. 24]:

1. Наявність чітко сформульованої мети комерційної діяльності підприємства. Цілями комерційної служби можуть бути: збільшення збуту продукції, наприклад, на 10 %; зростання кількості покупців з допомогою переходу нові сегменти ринку; збільшення обсягу продажів, що припадає на одне замовлення; скорочення видатків на закупівлю матеріальних ресурсів.

2. Забезпечення взаємодії між комерційною діяльністю та цілями підприємства. Комерційна діяльність формується та змінюється відповідно до інтересів та потреб виробництва.

3. Забезпечення узгодженості між підрозділами (службами).

4. Забезпечення ієрархічності структури управління та єдиного підпорядкування. Організація управління комерційною полягає в тому, що не слід допускати наявності двох керівників, які мають однакові повноваження. Невиконання цього принципу веде до двоїстості підпорядкування та порушення порядку у роботі.

5. Забезпечення комплексного підходу під управлінням.

6. Забезпечення простої структури управління.

7. Забезпечення адаптивності структури управління

8. Забезпечення виконавчої інформації.. На підприємстві має бути організована ефективна система зв'язку, що забезпечується сучасними системами інформатики та використанням обчислювальної техніки.

9. Гнучкість, тобто пристосовність її до ринкових умов, що змінюються.

Методи управління управління комерційної діяльністю підприємства не виключають один одного та реалізуються у взаємодії. Їхнє поєднання залежить від конкретних умов функціонування торговельного підприємства та ринкового середовища [1, с. 239].

Планування — одне з найважливіших функцій управління комерційної діяльністю виробничого чи торгового підприємства. Планування закупівель, товарних запасів та продажів пов'язане з динамікою виробничих та торгових процесів та сприяє досягненню поставлених цілей підприємства. Плани закупівель та продажів зазвичай містять показники, які мають бути досягнуті внаслідок їх виконання. У планах відображається зміст робіт, встановлюється персональна відповідальність за їх виконання, намічаються терміни та визначаються методи контролю та аналізу ефективності виконання завдань.

Облік як функція управління комерційною діяльністю є документальне оформлення надходжень, приймання, реалізації товарів та його руху на торговому підприємстві. Завдяки обліку забезпечується збереження матеріальних цінностей та коштів, контроль за торговельними процесами та результатами комерційної діяльності.

Під контролем мається на увазі активне стеження виконанням управлінських впливів, перевірка дотримання документів, які регламентують комерційно-підприємницьку діяльність торгового підприємства. Контроль разом з урахуванням інформує керівництво про результативність торгових процесів і є засобом коригувального впливу з боку органів управління на тих, кому слід виконувати керуючі рішення.

Український досвід роботи комерційних організацій показав, що їхню побудову необхідно здійснювати з урахуванням наступних факторів: чисельність апарату управління та персоналу; виду діяльності (виробнича, закупівельна, збутова, посередницька); обсягу та номенклатури продукції, що виробляється, закуповується або реалізується; кількості постачальників та покупців; умов доставки сировини, матеріалів, продукції, товарів; наявності необхідного транспорту; наявності будівель, складських приміщень і т. д.

Джерела

1. *Антонюк Я. М., Шиндировський І. М.* Комерційна діяльність : навч. посібник. Львів : Магнолія, 2011. 332 с.
2. *Бабух І. Б.* Теоретичні підходи до аналізу комерційної діяльності та управління нею // *Науковий вісник Ужгородського нац. ун-ту*. 2016. Вип. 10. Ч. 1. С. 23–26.
3. *Багорка М. О., Кадирус І. Г., Юрченко Н. І.* Маркетингові підходи в управлінні збутовою діяльністю оптових торговельних підприємств // *Підприємництво і торгівля*. 2021. № 8. С. 7–14.

Науковий керівник: *І. А.Фігуровська, старший викладач*

Є. І. ПАРФЕНЮК

канд. екон. наук, доц.,
Львівський інститут ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

В умовах російсько-української війни за даними Національного банку України вітчизняна економіка зазнає втрат у розмірі 50 % ВВП. Без врахування втрат через руйнування національна економіка втрачає 50 млрд грн. на тиждень та функціонує лише наполовину [2]. Працюючу частину в основному складають підприємства критичної інфраструктури. У діючих підприємств виникли проблеми з логістикою, нестачею пального, сировини, комплектуючих та падінням попиту на окремі групи товарів та послуг у зв’язку зі зниженням купівельної спроможності населення та зміни пріоритетів споживання. Гострою проблемою є нестача трудових ресурсів, що пов’язано з масовим вимушеним переміщенням людей за кордон, а також з мобілізацією.

Відповідно до інформації, яку надає ООН, територію нашої країни покинули 3 млн. осіб, в основному це жінки, майже половина з яких, працездатного віку [2]. Відомо, що велика кількість чоловіків працездатного віку з військовим досвідом та без нього мобілізується до складу ЗСУ щодня. Це спричиняє нестачу працівників у багатьох сферах, зокрема медицині, фармацевтиці, ІТ-секторі, агропромисловості тощо. Також дефіцит робочої сили стримує роботу тих підприємств, які не змогли або не можуть релокуватися з деокупованих територій або територій, де були активні бойові дії. За даними Advanter.Group такі складають майже 80 % малого та середнього бізнесу [2].

Важливим аспектом воєнного стану в Україні є також перехід діяльності великої кількості підприємств в напрямку забезпечення військових потреб. Так, логістичні компанії працюють на потреби ЗСУ та ТерОборони, співпрацюючи з волонтерами, промислові підприємства почали виробляти «їжаки», підприємства та підприємці галузі легкої промисловості шиють військову форму та виготовляють спеціальне спорядження для українських захисників, заклади громадського харчування годують військових, внутрішньо переміщених осіб та постраждалих в наслідок російської агресії, транспортні компанії займаються евакуацією людей та перевезенням гуманітарної допомоги, суб'єкти підприємницької діяльності на безпечних територіях продовжують або відновлюють свою роботу, сплачуючи податки та здійснюючи фінансову підтримку оборони України.

Виходячи з вищенаведеного та враховуючи важливість стабілізації національної економіки задля можливості подальшого фінансування країною своєї обороноздатності, ліквідації наслідків та підтримки постраждалих, надзвичайної актуальності набуває питання державної підтримки вітчизняних підприємств в умовах воєнного стану.

Під державною підтримкою необхідно розуміти державне регулювання діяльності підприємств, яке передбачає, перш за все, свідоме формування державними структурами відповідних прямих та опосередкованих інструментів підтримки бізнесу, зокрема, створення стимулів, використання матеріальних, фінансових та інших ресурсів, що залучаються для його суб'єктів.

Усі інструменти підтримки вітчизняних підприємств, які на даний момент запроваджено на території нашої країни, можна систематизувати за трьома основними групами: податкові стимули, кредитні інструменти та міжнародна фінансова підтримка.

Важливим кроком українського Уряду щодо підтримки та стимулювання розвитку вітчизняних підприємств, є запровадження програми щодо тимчасового переміщення підприємств з постраждалих під час війни регіонів на території західних областей України і спрямованої на збереження виробничого і трудового потенціалу підприємств.

За підтримки міжнародних партнерів та на основі реформування податкового законодавства в Україні [1] вже зроблені суттєві кроки фінансової підтримки вітчизняних підприємств, проте ці ініціативи потребують поглиблення та розширення з метою подальшого відновлення національної економіки, що повинно досягатись шляхом відбудови та розвитку таких сфер як

аграрний бізнес, харчова промисловість, фармацевтика, легка промисловість, торгівля та ресурсозабезпечення. Розвиток та посилення власних економічних можливостей, повна ліквідація будь-яких економічних зв'язків з країнами-агресорами, розвиток європейської співпраці за рахунок виходу вітчизняних виробників на новий рівень допоможе не тільки прискорити перемогу та завершити війну, а й закладе фундамент економічного зростання та швидкого відновлення нашої країни.

Джерела

1. Верховна Рада прийняла податкові стимули для бізнесу під час війни. 2022. [Електронний ресурс]. Режим доступу : https://cutt.ly/pKXHSCN.
2. *Рихліцький В.* Бізнес в умовах війни: хто зазнав найбільших втрат та як відновлюються підприємства. URL: https://www.epravda.com.ua/publications/2022/03/23/684549/

О. Г. ПАРХОМЕНКО

здобувач другого рівня вищої освіти, МАУП

ПАРТІЙНІ ФРАКЦІЇ ТА ЇХ РОЛЬ У РОБОТІ ПАРЛАМЕНТУ

Утворення депутатських фракцій є однією з важливих характеристик структури сучасних парламентів. Об'єднання депутатів у фракції має на меті консолідацію зусиль для досягнення цілей та завдань, визначених виборчими програмами політичних партій. У теорії виокремлюють два основні види парламентських фракцій за способом їх утворення. Йдеться про добровільне (без урахування доручення виборців) об'єднання депутатів або про обов'язкове — з дорученням виборців [1].

Правовий статус фракції регулюється Конституцією України, Законом України "Про статус народного депутата України", в яких визначено загальний порядок формування парламентських фракцій та основні принципи їх функціонування, а також Регламентом Верховної Ради України, в якому сформульовано процедуру утворення фракцій та механізми реалізації їхніх функцій.

Упродовж становлення парламентської системи сучасної України декілька разів змінювалася схема формування депутатських фракцій і груп. У Положенні про депутатські групи (фракції) у Верховній Раді України, яке затверджено Постановою Верховної Ради України від 13 травня 1994 р. 11/94$ВР зазначається: "Народні депутати України можуть добровільно об'єднуватися у депутатські групи (фракції) за умови, що до складу кожної з них входить не менш як 25 депутатів. Депутатські групи формуються як на партійній, так і на

позапартійній основі. Депутатські групи, які сформовані на основі партійної належності депутатів, називаються депутатськими фракціями. До складу депутатської фракції можуть входити й позапартійні депутати, які підтримують програмні документи відповідної партії. Депутатські групи, сформовані на позапартійній основі, об'єднують депутатів, які поділяють однакові або схожі погляди з питань державного і соціально-економічного розвитку" [1].

Верховна Рада України 13 травня 1998 р. прийняла Постанову "Про внесення змін до Регламенту Верховної Ради України", відповідно до якої частину першу статті 4.2.1 Регламенту Верховної Ради України було викладено в такій редакції: "Депутатські фракції у Верховній Раді України утворюються виключно депутатами на основі політичних партій та блоків політичних партій, що подолали чотиривідсотковий бар'єр на виборах до Верховної Ради України 29 березня 1998 року, за умови, що до складу кожної з фракцій входить не менш як 14 народних депутатів України" [2] (для порівняння, мінімальна кількість членів фракції в Австрії та Швейцарії — 5, у Франції — 20). На думку народних депутатів України, Постанова Верховної Ради України "Про внесення змін до Регламенту Верховної Ради України" позбавила депутатські групи наданих їм прав. Конституційний Суд України Положення Постанови Верховної Ради України "Про внесення змін до Регламенту Верховної Ради України" від 13 травня 1998 р. визнав неконституційним. Регламент Верховної Ради України передбачає низку обмежень щодо створення депутатських груп і фракцій.

Об'єднання депутатів не можуть формуватися для захисту особистих, комерційних, місцевих, професійних або релігійних інтересів. Принципи діяльності фракцій і груп не повинні суперечити вільному характеру депутатського мандата. Об'єднання депутатів не можуть виступати від імені Верховної Ради України або українського народу.

Джерела

1. *Лавренюк С.* Еволюція влади. Виконавча гілка. XIII Країна потребує переходу до парламентсько-президентської республіки // *Голос України*. 2006.
2. *Шевчук А.* Фракційна структура Верховної Ради України: етапи становлення та перспективи розвитку // *Часопис Парламент*. 2001. № 1. С. 11.

Науковий керівник: *Г. О. Кузьменко, д-р філософії в галузі публічного управління та адміністрування*

К. В. ПАСТУХ
канд. держ. упр.

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ РЕГІОНІВ

В умовах сучасних викликів публічне управління економічним розвитком регіонів набуває особливої важливості, актуальним постає питання щодо його забезпечення.

Публічне управління економічним розвитком регіонів досліджували у своїх наукових працях такі вчені у сфері публічного управління та адміністрування, як: О. Бобровська, І. Дунаєв, М. Латинін, С. Майстро тощо. Незважаючи на приділення значної уваги та висвітлення науковцями багатьох питань, недостатньо дослідженими залишаються питання стосовно удосконалення публічного управління економічним розвитком регіонів. Для цього необхідно вивчити теоретичні засади, зробити аналіз публічного управління економічним розвитком регіонів та запропонувати напрями щодо його удосконалення.

Цікавим є те, що сучасна теорія регіональної економіки, практика регіонального розвитку спираються на такі основні вчення: класичну теорію регіональної економіки, що спирається на принципи, які обґрунтував відомий Дж. Кейнс ще у 30-ті роки XX століття; модель, в основу якої лягли ідеї неокласичної теорії економічного розвитку усім відомого М. Фрідмена. Саме Дж. Кейнс вважав за необхідне втручання держави в економічні процеси. З метою зменшення диспропорцій у рівнях розвитку певних регіонів, сучасна "захисна" концепція регіонального розвитку передбачала втручання держави в розвиток територій. Згідно з вченням М. Фрідмена, найголовнішим завданням регіональної економічної політики є підвищення ефективності господарського комплексу регіону. Його відома модель регіонального розвитку ґрунтується на засадах ідеї неокласичної теорії економічного розвитку. Так, за цією моделлю, втручання держави у діяльність суб'єктів господарювання має бути мінімальним.

В. Ойкен наголошував на ефективності політики конкурентного порядку, а також створенні державою економічних форм, взагалі виключаючих монополізм. Цій вчений відмічав неефективність централізованого управління економікою та ефективність системи із мінімальним економічним втручанням держави.

Основоположником теорії економічної політики є Я. Тінберген, відомий своїми дослідженнями "Економічна політика: принципи та построєння", а також "Теорія економічної політики". Згідно його теорії, з метою формування економічної політики, яка спрямована на максимізацію суспільного добробуту, необхідною умовою є визначення органами влади цілей, цільових показників; вибір кількісних інструментів (наприклад, фіскальних, кредитно-гро-

шових) або якісних (законодавчі акти, регулюючі правила) інструментів; моделей економіки, за допомогою яких здійснюється узгодження таких цілей та інструментів. Доповнили концепцію Я. Тінбергена послідовники його теорії Г. Тейлор та Р. Манделл. Наприклад, Г. Тейлор розробив такі функції, як: функцію мінімізації втрат та оптимальну функцію добробуту. До моделі економічної політики цей вчений включив витрати внаслідок використання різних інструментів.

Як відомо, Р. Манделл, поряд з цим, настоював на розподілі відповідальності окремих інститутів влади (уряду та центрального банку) за проведення політики в залежності від інструментів політики (державного бюджету, облікової ставки).

У 70-х рр. XX століття М. Фрідмен, Р. Лукас піддали сумніву висновки, які були зроблені Я. Тінбергеном. Так, М. Фрідмен, наголошував на тому, що зрозуміло, що органи влади за умов невизначеності при здійсненні тієї чи іншої політики, незавжди можуть знати, які саме потрібні інструменти будуть в подальшому задля досягнення цільових показників. Слід звернути на увагу, що Р. Лукас вказував на необхідність включення до моделей економічної політики очікування задля передбачення впливу змін у такій політиці. Починаючи з 30-х і до початку 70-х рр. XX століття у багатьох зарубіжних країнах основною була економічна політика кейнсианського напряму. А вже у 70-х – початок 80-х рр. XX століття до економічної політики реалізовано монетаристський підхід. Саме державна економічна політика регіонального розвитку має спрямовуватися, перш за все, на рішення таких основних завдань: ефективне використання потенціалу регіонів, що дасть змогу для підвищення життєвого рівня населення і охорони довкілля; стимулювання ефективного розвитку регіональних продуктивних сил; удосконалення територіальної організації суспільства [1].

Слід зазначити, що узагальнюючим показником, який характеризує рівень розвитку економіки регіону, є валовий регіональний продукт, який визначається як сума валової доданої вартості видів економічної діяльності (включаючи й податки на продукти). Під час розрахунку валового регіонального продукту на одну особу є зрозумілим розподіл валового продукту на одну особу, яка проживає у регіоні, що надає можливість порівняти економічний розвиток регіонів [5].

Регіональним розвитком є процес економічних, екологічних, соціальних, а також гуманітарних позитивних у регіонах змін тощо.

Розвиток трактують як тенденцію (довгострокову) до незворотного процесу накопичення позитивних зрушень (технологічних, економічних і соціальних). Для розвитку характерним є циклічність у повторюваності, але на якісно іншому рівні. Розвиток пов’язує динамічний характер змін, що призводить до перебудови системи (структурно-функціональної) під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників [3].

Термін “регіон” визначають як природно-територіальне або природно-соціальне об’єктивне утворення, у межах якого відбувається взаємодія і взаєморозвиток природних та соціально-економічних об’єктів і процесів;

політико-адміністративне суб’єктивне утворення, у межах якого процеси відбуваються завдяки координації та управлінню [2].

Як відомо, публічним управлінням є діяльність як органів державного управління, так і органів місцевого самоврядування, бізнесу, громадянського суспільства в межах визначених законом повноважень і обов’язків щодо розробки, реалізації управлінського рішення суспільного значення, політики розвитку адміністративно-територіальних одиниць та в цілому країни [6].

Метою державної регіональної політики, визначеною у сучасному законодавстві, є створення умов для збалансованого, динамічного розвитку країни та її регіонів, а також забезпечення їх соціальної та економічної єдності, підвищення рівня життя населення, створення безпечних умов, додержання гарантованих державою соціальних стандартів для населення.

У Законі України “Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо засад державної регіональної політики та політики відновлення регіонів і територій” [4] зазначається, державна регіональна політика має бути спрямована на:

- формування згуртованої держави в економічному, соціальному, гуманітарному, а також екологічному, просторовому та безпековому вимірах;
- визначення та ідентифікацію функціональних типів певних територій, реалізацію на них програм та проєктів розвитку регіонів, встановлення механізмів їх державної підтримки;
- поліпшення інформаційного, матеріального, а також кадрового, фінансового ресурсного забезпечення регіонального розвитку тощо, сприяння здійсненню повноважень відповідними органами місцевого самоврядування;
- створення механізмів представництва інтересів регіонів на національному рівні, а на регіональному рівні — територіальних громад;
- підтримка та стимулювання місцевих ініціатив з метою ефективного використання внутрішнього потенціалу регіонів для підтримання та створення життєвого середовища, а також підвищення якості життя громадян;
- сприяння цифровому регіональному розвитку та цифровій трансформації;
- відновлення регіонів, територій, які постраждали внаслідок військової агресії;
- формування конкурентоспроможності регіонів;
- створення ефективної системи збереження довкілля завдяки урахуванню в документах стратегічного планування, а також реалізації державної регіональної політики саме екологічної складової, а також зниження, оцінювання техногенно-екологічного навантаження на довкілля в регіонах;
- зменшення за показниками соціально-економічного розвитку територіальної диференціації;
- запровадження інструментів державної підтримки міжрегіональної інтеграції, а також виконання міжрегіональних програм і проєктів;

- адаптацію економіки регіону та середовища проживання населення до змін існуючого клімату, посилення стійкості територіальних громад до викликів (демографічних, кліматичних, економічних);
- формування нормативно-правової бази, яка необхідна для реалізації державної регіональної політики, з урахуванням документів Європейського Союзу, Ради Європи.

Аналіз публічного управління економічним розвитком регіонів свідчить, що багато соціально-економічних проблем на регіональному рівні залишаються не вирішеними, що пов'язано з недосконалістю існуючої нормативно-правової бази, глобальними викликами та умовами сьогодення тощо.

Сучасні виклики вказують про необхідність удосконалення публічного управління економічним розвитком регіонів. Оновлення існуючої нормативно-правової бази, впровадження нових технологій, інструментів, створення нових механізмів мають забезпечити збалансований регіональний розвиток та сприятиме підвищенню рівня життя населення.

Наразі набуває актуальності вивчення та запровадження зарубіжного досвіду публічного управління економічним розвитком регіонів. Особливо необхідним є вивчення досвіду формування, реалізації, оцінки та моніторингу регіональної економічної політики в країнах Європейського Союзу.

Важливим постають питання, насамперед, щодо забезпечення постійної уваги до системи заходів, спрямованих на відновлення регіонів, територій, поліпшення ресурсного забезпечення економічного розвитку регіонів, ефективного використання економічного потенціалу регіонів.

Потребують подальших наукових пошуків сучасні механізми публічного управління економічним розвитком регіонів в країні та за кордоном.

Джерела

1. Державна економічна політика регіонального розвитку : навч. посіб. / М. А. Латинін, О. Ю. Бобровська, Г. О. Дорошенко та ін. ; за заг. ред. проф. М. А. Латиніна, проф. В. Б. Родченка. Х. : Вид-во ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2016. С. 84–91.
2. Енциклопедичний словник з державного управління / [уклад. : Ю. П. Сурмін, В.Д. Бакуменко, А. М. Михненко та ін. ; за ред. Ю. В. Ковбасюка, В. П. Трощинського, Ю. П. Сурміна]. К. : НАДУ, 2010. 820 с.
3. Енциклопедія державного управління : у 8 т. / Нац. акад. держ. упр. при Президентові України ; наук.-ред. колегія : Ю. В. Ковбасюк (голова) та ін. К. : НАДУ, 2011. Т. 3 : Історія державного управління / наук.-ред. колегія : А. М. Михненко (співголова), М. М. Білинська (співголова) та ін. 2011. 788 с.
4. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо засад державної регіональної політики та політики відновлення регіонів і територій: Закон України від 9 липн. 2022 р. № 2389-IX // *Уряд. кур'єр*. 2022. № 164.
5. Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року : Постанова Кабінету Міністрів України від 3 берез. 2021 р. № 179 URL: https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-nacionalnoyi-eko-a179.
6. Публічне управління : термінол. слов. / за заг. ред. В. С. Куйбіди, М. М. Білинської, О. М. Петроє. Київ. НАДУ, 2018. 224 с.

В. В. ПЕТРЕНКО
ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

ТОВАРНА ПОЛІТИКА ЯК ЕЛЕМЕНТ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА

Сьогодні за умов “виживання” підприємці мають шукати внутрішні ресурси для створення конкурентних переваг. Ці ресурси здебільшого зосереджені в основних інструментах комплексу маркетингу — товарі, ціні, збуті та просуванні. Сам комплекс маркетингу є сукупністю взаємозалежних і взаємозалежних елементів товарної, збутової, цінової та комунікативної політики [2, с. 103].

Маркетологи розглядають товар як найважливіший елемент комплексу маркетингу, що є об’єднання корисних властивостей, найповніше задовольняють потреби цільової групи споживачів. Поняття “товар” відрізняють від поняття “товарна одиниця”, під якою розуміють “... виділену цілісність, що характеризується показниками величини, ціни, зовнішнього вигляду та іншими якостями”. Вирізняють різні способи дослідження товарів, одним з яких є спосіб подання товару за трирівневою схемою, у межах якої розрізняють: товар за задумом; товар у реальному виконанні; товар із підкріпленням.

Основним є рівень товару за задумом, який відбиває першооснову конкретного товару. На цьому рівні аналізується, що насправді купуватиме покупець. Будь-яке підприємство продає вирішення проблем, задоволення потреб та бажань, а не самі товари чи послуги [3, с. 81].

Першорядне завдання виробника товару — визначити вигоду, яку покупець може отримати з купівлі товару, і якою мірою цей товар відповідає запитам покупця. Отже, товар за задумом — це ключове поняття товару загалом. Завдяки зусиллям конструктора та технолога товар за задумом перетворюється на товар у реальному виконанні.

Товар у реальному виконанні — це товар, створений конструктором і технологом, що має певні властивості. Товар у реальному виконанні відрізняють такі характеристики: рівень якості, набір властивостей, специфічне оформлення, марочна назва та специфічна упаковка.

Товар із підкріпленням — товар із набором додаткових послуг та вигод. Доданий товар або послуга включають все, що може бути запропоновано виробником крім основного товару. Це можуть бути передпродажне та післяпродажне обслуговування, гарантійні зобов’язання, контакти продавця для отримання інформації та консультацій.

Забезпечуючи свій товар додатковими вигодами, виробник має приділити особливу увагу унікальним перевагам товару, тобто. властивостям, що відрізняють його від товарів фірм-конкурентів. Сенс створення та виявлення таких переваг у тому, щоб зробити товар привабливішим для цільового споживача

порівняно з товаром конкурентів. Все це говорить про необхідність забезпечення ефективного інформування споживача про унікальні переваги товару [1, с. 186].

Керівництво підприємства має постійно займатися пошуком результативних та високоефективних способів підкріплення своєї товарної пропозиції, оскільки переваги у конкурентній боротьбі досягаються не лише через привабливу цінову політику. Найчастіше вони визначаються наявністю додаткових послуг і вигод у вигляді упаковки, послуг, реклами, консультацій для клієнтів, фінансування, особливостей постачання, складування та інше.

Розглянемо деякі види класифікацій товару за різними ознаками, оскільки всі товари в залежності від ступеня властивої їм довговічності можна поділити на групи: товари тривалого користування, товари короткочасного користування та послуги. Товари тривалого користування є матеріальні вироби, що піддаються багаторазовому використанню. Товари короткочасного користування — це матеріальні вироби, що повністю споживаються за один або кілька циклів використання.

За способом споживання всі товари поділяються на споживчі, або товари широкого споживання та товари виробничого чи промислового призначення. Споживчі товари — товари, призначені для особистого, сімейного та домашнього використання. Споживачі купують величезну кількість різноманітних товарів. Одним із зручних методів їхньої класифікації є розбивка їх на групи на основі купівельних звичок споживачів. По купівельному попиту можна назвати: товари повсякденного попиту, товари попереднього вибору, товари особливого попиту і пасивного попиту. Товари особливого попиту — товари з унікальними характеристиками, окремі марочні товари, заради придбання яких значна частина покупців готова витратити додаткові зусилля та час. Товари особливого попиту споживач зазвичай шукає сам, і продавцю буває досить просто сповістити можливих клієнтів про своє місцезнаходження. Такі товари не передбачають жодних порівнянь. Додатковим вкладом споживача є лише час, який він витрачає, щоб дістатися до продавця, який торгує необхідними товарами. При цьому зручність розташування продавця не має особливого значення [2, с. 146].

Товари виробничого призначення — товари, що беруть участь у процесі виробництва: матеріали та деталі, капітальне майно, допоміжні матеріали та послуги.

Маркетингова діяльність, пов’язана з плануванням та здійсненням сукупності маркетингової товарної політики та стратегій щодо формування конкурентних переваг та створення таких характеристик товару, які роблять його постійно цінним для споживача і тим самим задовольняють ту чи іншу його потребу, забезпечуючи відповідний дохід підприємству, називається його товарною політикою.

У стратегічному плані маркетингова товарна політика підприємства має виходити з концепції життєвого циклу товару, тобто з того факту, що кожен товар має певний період ринкової стійкості, що характеризується обсягами його продажів у часі.

Насправді маркетингова товарна політика передбачає розв'язання завдань, що з, що виробляти, кому виробляти, у вигляді виробляти тощо. Основною особливістю маркетингоаоїи товарної політики у маркетингу є її спрямованість задоволення покупательских потреб. Первинною є саме зовнішня потреба покупців, а чи не внутрішні виробничі можливості підприємства. "Виробляти те, що затребуване на ринку, а не просувати те, що зроблено" — ось головний маркетинговий принцип товарної політики.

Маркетинговатоварна політика акумулює в єдиному комплексі маркетингове управління споживчою цінністю товару, його життєвим циклом, марочною стратегією та розробкою товару-новинки. Споживча цінність товару визначається тим, наскільки він завдяки своїм якостям задовольняє конкретні потреби покупця. Можна зобразити конкретний товар і конкретну людську потребу як кіл, а споживчу цінність товару як ступеня їх поєднання. Важливим елементом товарної політики є своєчасне внесення до асортиментної картки підприємства змін, що базуються на обліку споживчої цінності товару та розширюють коло його потенційних покупців [1, с. 268].

Товарна політика вимагає перетворень і взагалі будь-якого втручання у тому випадку, якщо: протягом тривалого часу спостерігаються надлишкові виробничі потужності; основний дохід приносять лише кілька видів товарів; немає достатньої кількості товарів, що відповідають потенційним можливостям ринку та обсягу споживчого попиту; продаж та прибуток підприємства мають постійну тенденцію до зниження.

Велике значення у процесі формування та вдосконалення товарної політики підприємства має маркетингове дослідження. Саме на основі вивчення ринку та пріоритетних напрямів його розвитку підприємство отримує вихідну інформацію для вирішення питань, пов'язаних з його формуванням, плануванням та вдосконаленням.

Джерела

1. *Балабанова Л. В., Бридіна О. А.* Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств: навч. посіб. К.: ВД "Професіонал", 2006. С. 349.
2. *Годін А. М.* Маркетинг: підручник для бакалаврів. 11-те вид., переробю и допов. М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и Ко", 2014. С. 292.
3. *Крамарчук С. А.* Товарна політика в системі стратегічних цілей підприємства // *Економіка: проблеми теорії та практики.* 2012. Вип. 129. С. 79–83.

Науковий керівник: *І. А. Фігуровська, старший викладач*

Д. І. ПИЛИПЕНКО
Придніпровський інститут ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

СПЕЦИФІКА СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ РЕАБІЛІТАЦІЇ МОЛОДІ ПІСЛЯ ЗВІЛЬНЕННЯ З МІСЦЬ ПОЗБАВЛЕННЯ ВОЛІ

Молоді люди, які вийшли з в’язниці, часто стикаються з низкою проблем, коли вони регенеруються в суспільство. Серед найбільш значущих із цих викликів — проблема соціально-психологічної реабілітації. Незважаючи на численні дослідження даної проблеми, результати яких висвітлені у роботах В. Проскури, Н. Бамбурак, Ю. Анатоняна, М. Андреєва, В. Трубнікова, В. Наливайка, Б. Телефанко, В. Якімця та інших, питання вивчення специфіки соціально-психологічної реабілітації молоді, яка звільняється з місць позбавлення волі, залишається актуальним, вимагає більш глибокого аналізу проблем, які постають перед молоддю, та розробки чи вдосконалення існуючих стратегій, які можна використати для підтримки їх реінтеграції та сприяння позитивним результатам.

Соціально-психологічна реабілітація охоплює всі аспекти роботи, спрямовані на відновлення індивідуально-особистісного статусу людини, розвиток і формування здібностей і якостей, що дозволяють їй успішно виконувати різні соціальні ролі, мати можливість бути реально включеною у різні сфери соціальних відносин [4]. Відповідно, її мета полягає у забезпеченні соціалізації особистості і відновлення її до колишнього рівня (стану здоров’я, соціального статусу, правового становища, морально-психологічної рівноваги, впевненості в собі тощо) [3].

За результатами дослідження виявлено, що найпоширенішими проблемами, з якими зустрічаються молоді люди після звільнення з місць позбавлення волі, є наступні: стигма, пов’язана з наявністю судимості, що в свою чергу може ускладнити пошук роботи, житла та інших можливостей; погіршення стану психічного здоров’я та емоційного благополуччям, в наслідок чого вони можуть боротися з депресією, тривогою, посттравматичним стресовим розладом та іншими проблемами, пов’язаними з їхнім досвідом у в’язниці; труднощі в особистих стосунках, оскільки під час ув’язнення вони могли втратити зв’язок із друзями та членами родини [5].

Аналізуючи сучасні стратегії, які використовуються в процесі соціально-психологічної реабілітації молодих людей після звільнення з місць позбавлення волі з метою підтримки їх реінтеграції та сприяння позитивним результатам, встановлено, що однією з ключових у сприянні соціальній та психологічній реабілітації є надання підтримки та керівництва молодим людям, коли вони повертаються до суспільства, що може включати як роботу з ними для визначення цілей, так і розробки плану досягнення цих цілей [2].

Молоді люди також можуть скористатися послугами психічного здоров'я та відповідними консультаціями, що можуть допомогти їм вирішити будь-які психологічні проблеми, пов'язані з їхнім досвідом у в'язниці, і розвинути навички подолання стресу та інших проблем [1]. Слід підкреслити, що надзвичайну вагу має також доступ даної категорії до ресурсів і мереж підтримки за межами системи кримінального правосуддя, що може включати громадські організації, релігійні та інші громадські групи, які можуть надати підтримку та керівництво щодо матеріального стану, зокрема, бідності, залежності та психічного здоров'я [3]. Особливе значення в процесі соціально-психологічної реабілітації має можливість принести користь своїм громадам, оскільки це допомагає їм відчути мету та зв'язок з іншими, а також надати цінні навички та досвід [1]. Важливою частиною процесу соціальної та психологічної реабілітації також є підтримка наставників та позитивні приклади для наслідування на етапі, коли молоді люди намагаються справлятися з проблемами реінтеграції в суспільство [2].

Тож, соціальна та психологічна реабілітація є важливою частиною підтримки реінтеграції молодих людей, які звільнилися з місць позбавлення волі, оскільки надаючи молодим людям вчасну необхідну підтримку, керівництво та ресурси, суспільство може допомогти їм подолати виклики, з якими вони стикаються, і побудувати світле майбутнє для себе та своїх громад.

Джерела

1. Основи реабілітаційної психології: подолання наслідків кризи: навч. посіб. Т. 2. Київ, 2018. 208 с.
2. Програма соціальної адаптації і ресоціалізації осіб, що звільнилися з місць позбавлення волі / Громадська організація інтелігенції м. Києва "Київ — рідний дім". К., 2001. 98 с.
3. *Проскура В. В.* Соціальна адаптація осіб, які повернулись з місць позбавлення волі. URL: http://elib.ukma.edu.ua/Mahisterium/MAG_ISSUE15_2004_sotsrob/11_proskyra_v.pdf (дата звернення: 17.02.2023).
4. Про соціальну адаптацію осіб, які відбували покарання у виді обмеження волі або позбавлення волі па певний строк: Закон України від 16.10.2012. URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/ show/3160-17 (дата звернення: 27.02.2023).
5. Соціальні проблеми молоді, яка повертається з місць позбавлення волі: Матеріали наукового дослідження. К.: УДЦССМ, 2003. 204 с.

Науковий керівник: *Г. А Луканська, старший викладач*

Л. В. ПИЛИПЕНКО

магістр психології,
територіальний центр соціального обслуговування
(надання соціальних послуг) Автозаводського району
Департаменту соціального захисту населення
Кременчуцької міської ради Кременчуцького району Полтавської області

О. В. ЛІТВІНОВА
канд. психол. наук, доцент кафедри психології, педагогіки та філософії Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського

ДОМАШНЄ НАСИЛЛЯ ЯК ПРОЕКЦІЯ НА ПЕРЕЖИТЕ ЖОРСТОКЕ ПОВОДЖЕННЯ В БАТЬКІВСЬКІЙ СІМ'Ї

Насильство є всесвітньою проблемою, яка щоденно завдає шкоди найціннішим благам людини — честі та гідності, здоров'ю, а то й життю. З насильством людина може зустрітися всюди: в приміщенні чи на вулиці, на роботі й під час відпочинку. Але найбільш прикро, несправедливо та навіть абсурдно, що людина може зазнавати насильства в її єдиному прихистку, в своїй власній фортеці від усіх бід та негараздів зовнішнього світу — в сім'ї, від рідних і дорогих їй людей. Таке насильство завдає не лише фізичного болю, моральних страждань, але й підриває почуття безпеки, захищеності, тримає у стані постійного нервового напруження, що може призвести до розладів психіки, депресій, нервових зривів чи розвитку психічного захворювання.

Проблему визначення поняття "насильство" та форм його вираження протягом останніх років досліджували такі вчені як Л. Л. Ананіан, Ю. М. Антонян, Л. Д. Гаухман, В. В. Голіна, Б. М. Головкін, В. В. Іванова, Л. В. Крижна, Ю. В. Лисюк, Н. В. Машинська, Л. В. Сердюк, В. І. Шахов та інші.

В тлумачних словниках "насильство" визначається як: застосування фізичної сили до кого-небудь; силування, ґвалт, примус; застосування сили для досягнення чого-небудь; примусовий вплив на когось, щось [2, с. 30];

Насильство і жорстоке поводження з дітьми визнано однією з найбільш розповсюджених форм порушення прав людини у світі. Особливою проблемою є подібне ставлення до дітей саме їхніх батьків, людей, які дали їм життя й мають любити своїх дітей безумовно. Без подолання цього згубного явища неможливо створити умови для повноцінного розвитку дитини, реалізації її особистості. І головне — не можливо розірвати коло насильства.

Проблема насильства батьків над дітьми свідчить про необхідність ретельного вивчення й розробки профілактичних заходів, спрямованих на її вирішення, оскільки діти є вразливими і майже повністю залежать від своїх батьків, особливо — від їхніх дій та вчинків. Насильство та жорстокість щодо власних дітей є надзвичайно актуальним, розповсюдженим явищем сучасності.

Соціальна і психологічна незрілість дітей ставить їх у повну залежність від їх батьків. Ця залежність, а також нездатність захистити себе, робить їх особливо вразливими перед різними проявами насильства. Родинні взаємовідносини — найперші і найміцніші соціальні взаємовідносини, які значною мірою впливають на самооцінку дитини, її здатність до адаптації та відчуття благополуччя. Для дитини родинні відносини є основним джерелом ви-

ховання, в процесі якого формуються принципи соціальної взаємодії, що зберігаються упродовж усього життя. На багатьох дітей сімейні події і переживання впливають негативно. Несприятлива атмосфера в родині створює передумови для найжорстокіших форм насильства у сім'ї та суспільстві.

Жорстоке поводження, з точки зору порушення прав дитини, можна тлумачити як: ігнорування потреб дітей, порушення їх прав; відсутність догляду за ними (чи незадовільний догляд); ізоляція дитини, бойкот (у дитячому колективі); відсутність проявів батьківської любові, доброти, безвідповідальне ставлення до дітей; бездіяльність батьків щодо дитини у скрутній ситуації; брутальність, глузування, неповага до гідності, особистості дитини; не врахування вікових особливостей дитини; авторитарний стиль спілкування з дитиною; нехтування дитиною; обман дитини [3, с. 15].

В основі насильства над дитиною лежить нерозуміння цінності дитини, відсутність системи демократичних цінностей, які визначають модель сімейного життя і родинного виховання в конкретній сім'ї.

На нашу думку головною причиною виникнення жорстокого поводження до власних дітей є пережите насилля по відношенню до батьків у дитячому віці (схеми та сценарії життя в батьківській родині), емоційна незрілість батьків, нерозуміння цінності дитини.

Отже, насильство і жорстоке поводження з дітьми набуло поширення і стало глобальною проблемою. В основі жорстокого поводження з дитиною лежить нерозуміння значимості дитини, відсутність системи демократичних цінностей, які визначають модель сімейного житті і родинного виховання в конкретній сім'ї.

Сьогодення ставить перед культурно-виховним напрямком запобігання насильству в сім'ї такі завдання: зміна домінаторних (тоталітарних) поглядів щодо співвідношення прав різних членів сім'ї на розуміння необхідності дотримання рівних прав всіх членів родини, у тому числі й дітей; формування відповідального ставлення до батьківства та сім'ї, спрямованого на виробленні у молодого подружжя якостей, рис, знань, вмінь, притаманних ідеальному образу батька/матері; навчанню, як стати гарними батьками; ознайомленню з відповідальністю у батьківстві щодо прав дитини та обов'язків батьків; розвинення вміння конструктивно вирішувати конфлікти, взаємодіяти з позиції демократичного стилю, прогнозувати наслідки власних дій; формування "нульової терпимості" до домашнього насильства, у тому числі до насильства як форми "виховання" дитини [1, с. 121].

Серед заходів, які можуть стати дієвими задля запобігання насильству перше місце посідає необхідність запровадження системної та систематичної роботи з населенням з безпекової проблематики, протидії та попередження потенційним загрозам, зокрема на тему насильства стосовно жінок та дітей, інформування щодо алгоритму дій в разі отримання досвіду насильства. На нашу думку проблема розірвання кола домашнього насилля потребує комплексних зусиль з боку соціальних, медичних спеціалістів, психологів, юристів тощо. Першочерговим є питання виховання культури усвідомленого батьківства і розвитку навичок аутопсихічної компетентності батьків.

Джерела

1. *Лещенко О. Г.* Соціально-педагогічна робота з формування відповідального ставлення до батьківства в молодих подружжів // *Вісник Запорізького національного університету*. 2009. № 2. С. 121.
2. Новий тлумачний словник української мови / [уклад. В. Яременко, О. Сліпушко]. Київ : Аконіт, 2003. Т. 2. 926 с.
3. *Онищенко Ю. В.* Насильство в сім'ї: стан та проблеми // *Педагогіка толерантності*. 2001. № 3–4. С. 39–47.

Л. А. ПОРКІНА

Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ВИКОРИСТАННЯ ТЕРМІНІВ У СФЕРІ ЕКОНОМІКИ

Докорінні зміни у суспільно-економічному житті України впродовж більш ніж трьох десятиліть незалежності поставили на порядок денний, зокрема, питання врегулювання власного понятійно-категоріального апарату для широкого спектра наук і сфер практичної діяльності, який би відповідав вимогам сучасності, актуалізуючи формування науково обґрунтованої термінології [1, с. 88].

Зауважимо: якщо немає однакового розуміння суті якоїсь економічної категорії на різних щаблях управління, то й очікувати на кваліфіковане прийняття рішень не доводиться. Візьмемо для прикладу теоретичні підходи сучасних учених-економістів до характеристики такого поширеного нині явища, як *інфляція*. Невизначеність у теоретичному трактуванні терміна "інфляція" створює серйозну проблему на практиці під час з'ясування її причин і, відповідно, вирішення питань ефективного управління інфляційними процесами. Це, в свою чергу, позбавляє грошово-кредитні інституції можливості вибору саме тих інструментів управління інфляцією, які в конкретному часовому періоді є потрібними і адекватними тій причині, що спровокувала її виникнення [4, с. 19–20].

Ряд вітчизняних вчених-економістів визначають інфляцію як знецінення грошей. Серед основних причин виникнення інфляції одні економісти вказують на надмірне збільшення маси грошей в обороті; другі — на товарний дефіцит і погіршення якості товарів та послуг,що неможливо усунути монетарними методами; треті — на систему причин, серед яких називають і зневажання елементарними економічними законами при розробці та реалізації державної грошової політики. Деякі вчені не вказують на причини інфляції, але все ж підкреслюють, що вона проявляється через загальне зростання цін.

Викладене дозволяє зробити висновок, що, з теоретичної точки зору, термін "інфляція" слід трактувати як тривале і нерівномірне зростання цін у

країні, наслідком чого є знецінення грошей, оскільки за такого підходу до інфляції на практиці виникає можливість вибору конкретних заходів боротьби з нею, тобто боротьби із зростанням цін [4, с. 20].

Часто можна зустріти різне трактування такого показника, як *рентабельність* чи *прибуток*, який в управлінських структурах ототожнюють із доходом (чистим доходом), виручкою від продажу продукції. Досить часто витрати (затрати) виробництва ототожнюють із собівартістю продукції, та навіть державні чиновники дозволяють собі вживати такі абсурдні поняття, як “собівартість витрат”, “ціна тарифу”, “прибуток доходу” й ін. [3, с. 13–15].

Багатьох дивує вислів “*грошові кошти*”. І зразу напрошується питання: а хіба бувають кошти не грошові? Очевидно, що це пряма калька з російського словосполучення “денежные средства”. Тому й виходить “масло масляне”. Адже навіть “cash flow” з англійської перекладається як грошовий потік, а ми вперто повторюємо: “Звіт про рух грошових коштів”.

Взагалі вважаємо недоцільним будувати українську економічну термінологію, спираючись на перекладні видання, оскільки останні часто ґрунтуються на суб’єктивних думках перекладача.

Особливо прикра ситуація склалася з використанням іншомовних слів. Уживаються вони, як правило, без перекладу, на позначення начебто давно відомих речей, наприклад. Маркетинг, менеджмент тощо. Проте, як стверджує С. Дем’яненко, термін “менеджмент” є вужчим поняттям, ніж його український відповідник-управління. [2, с. 92].

Отже, сьогодні гостро стоїть проблема застосування наукових термінів. Виходить так, що, не вивчаючи рідної мови, не знаючи її великих можливостей, ми хапаємо перші-ліпші іншомовні слова і радо вживаємо їх, намагаючись творити науку. Ми говоримо “глосарій”, “аккаунтинг”, “дефініція” тощо. Чому нехтуємо такими словами рідної мови, як “*словник*”, “*облік*”, “*визначення*”? Чим вони гірші? Тому хочеться згадати Тараса Шевченка: “Учітесь, читайте, і чужому научайтесь, й свого не цурайтесь”.

Джерела

1. *Геєць В.* Видання енциклопедичного рівня // *Економіка України*. 2013. № 12. С. 88.
2. *Дем’яненко С.* До питання сучасної економічної термінології // *Економіка України*. 2011. № 8 (597). С. 90–95.
3. *Козак В.* Про українську мову в бухгалтерському обліку // *Бухгалтерський облік і аудит*. 2012. № 2. С. 13–15.
4. *Рябініна Л.* Термінологія та її значення в теорії і практиці економічних відносин // *Економіка України*. 2014. № 2. С. 88.

Д. В. ПОЛІЩУК
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Основна мета стратегії розвитку підприємства полягає в тому, щоб досягти довгострокових конкурентних переваг, які забезпечать його виживання, стійке функціонування та розвиток. Однак, як показує практика роботи більшості суб'єктів ринку, не всі вітчизняні підприємства готові до формування довгострокових орієнтирів розвитку. Навіть маючи стабільне фінансове становище та конкурентні переваги на ринку, багато з них не мають можливості формувати стратегію розвитку через відсутність відповідної специфічним українським умовам методології та методичного інструментарію стратегічного менеджменту. При цьому найбільшим інтересом для підприємств є принципи, методи та інструменти розробки стратегії, що відображають галузеві особливості функціонування промислових підприємств [2, с. 67].

Область застосування стратегічних рішень велика: вибір напрямків діяльності, обґрунтування пріоритетів у використанні ресурсів, пошук довгострокових партнерів, організаційних форм управління, можливостей використання сильних сторін підприємства, зниження негативних наслідків слабких сторін їхньої діяльності та загроз зовнішнього середовища. Стратегічний підхід вирішення проблем управління промисловим підприємством дає можливість формувати альтернативні варіанти розвитку.

Забезпечення гнучкості підприємства здійснюється за рахунок таких структурних ресурсів, які можна направити на відбір комбінацій необхідних рішень у зв'язку із ринковими змінами. Результат від використання таких інструментів має прогнозуватися як оптимальний, за поточного стану системи та її підструктур. Таке забезпечення можна назвати організаційно-методичним. Організаційно-методичне забезпечення — сукупність документів, визначальних і спрямованих як у структуру організації, і на технології організації її діяльності. Воно покликане бути інструментом управління організації, який відображатиме інтереси власників [1, с. 58].

Реалізація програм та вирішення завдань, що конкретизують вперше певні стратегічні установки, передбачає здійснення процесу впровадження організаційно-методичних новацій як мету процесу управління системою "підприємство" [3, с. 141].

Методичний аспект метапроцесу пов'язані з рішенням операційних завдань, створюють внутрішнє середовище для сприятливого функціонування підприємства.

Серед таких завдань:

- вирішення проблеми фінансування структури ризик-менеджменту: актуальність та тривалість фінансування, розмір бюджету;

- підбір методів та інструментів для забезпечення сталого економічного розвитку підприємства за допомогою реалізації стратегії зростання;
- контроль стратегії зростання, зміни трендів показників діяльності підприємства, ефективність діяльності організації щодо досягнення стратегічної мети, у т. ч. аналіз доцільності коригування стратегічної мети.

Систематичне вирішення таких завдань дозволить системі перебувати у рівноважному стані. Підтримка сталої діяльності підприємства забезпечується шляхом нівелювання чи елімінування негативних ринкових впливів. Організаційний аспект метапроцесу виявляється у створенні нових або використанні існуючих підсистем структури управління підприємством для вирішення функціональних завдань ризик-менеджменту в процесі діяльності підприємства [2, с. 203].

Завдання такого забезпечення:
- чіткий функціональний розподіл завдань суб'єктів структури ризик-менеджменту;
- розробка заходів щодо елімінування ризиків, якщо це можливо, або коригування стратегії, якщо вплив на ризик неможливо;
- прогнозування діяльності підприємства та ринкових тенденцій, на підставі яких здійснюється розробка рекомендацій щодо внесення коригувань у програми та плани розвитку.

Підцілі безперервно коригуються через зміни очікувань суб'єктів. У такому ключі коригування, а значить і розробка інструментарію з нівелювання та елімінування ризиків, не можуть бути основним та кінцевим етапом. Вони є єдиним цілим.

Основні рекомендації щодо розроблення та впровадження організаційно-методичного викладено нижче.

По-перше, дозволити системі характеризуватись гнучкістю своєї структури та підходів до діяльності пыдприэмства.

По-друге, припускати, покладатися та забезпечити організацію структурою, спрямованою на здійснення функцій ризик-менеджменту.

По-третє, підвищити швидкість адаптаційних механізмів усередині системи до реалій середовища, з яким вона контактує. Реалізація цього принципу всіх рівнях структури переважно здійснюється. У науковій літературі на цю тему часто описується принцип сталості розвитку [2, с. 217]. І оскільки цей принцип спрямований на протидію порушуючим рівновагу факторам середовища — він уповільнює розвиток адаптаційних механізмів системи. Кожна комерційна організація створюється індивідуумами, які ухвалюють управлінські рішення через призму свого світогляду, характеру, досвіду. Часом це виливається у проблему консервативності менеджменту.

По-четверте, не слід триматися суто позитивних змін та очікувань.

Організаційно-методичне забезпечення стратегѕчного розвитку пыдпримства. Адаптаційна властивість, яка має бути властивою промисловому підприємству, потребує систематичного аналізу ринкових тенденцій. Ступінь доступності інформації щодо поточного та майбутнього стану середовища поділяють на [3, с. 184]:

• повну визначеність;
• невизначеність;
• повну невизначеність.

Неминучим є безперервне виникнення великої кількості факторів, що надають різний вплив на підприємство, обумовлену сукупністю різних за своїми цілями та станом розвитку об'єктів та суб'єктів ринкової діяльності. Тому необхідно застосовувати систематичний підхід до аналізу та обліку факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

Коли підприємство не має суттєвих резервів для невелювання негативних подій, вже є вагомим наслідком. Тому в науковій літературі відзначається велика практична значимість опрацювання альтернативи, у разі настання негативної події, або рекомендується розробка програми із запобігання втратам від ризиків.

Таким чином, підприємства, які позбавлені організаційно-методичного забезпечення розвитку, мають високу ймовірність не досягнення цільових установок і масштабування фінансових втрат. Тому необхідно приймати оптимальні стратегічні рішення, націлені на розвиток підприємства, які забезпечать його необхідними внутрішніми резервами, конкурентоспроможністю та адаптацією до зовнішнього середовища.

Джерела

1. *Гринько Т., Чіненова Д.* Закордонний досвід формування механізму управління розвитком підприємством // *Управління розвитком.* 2017. № 3–4 (189–190). С. 55–61.
2. *Тридід О. М.* Організаційно-економічний механізм стратегічного розвитку підприємства: монографія. Харків. : Вид-во ХДЕУ, 2012. 364 с.
3. *Тур О. В.* Управління сстратегічним розвитком підприємства з метою підвищення його ринкової стійкості: дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / Запорізький національний ун-т. Запоріжжя. 2019. 366 с.

Науковий керівник: *П. І. Сокуренко, канд. екон. наук, доц.*

О. І. ПОЛІЩУК

ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

СТРАТЕГІЧНЕ І ОПЕРАТИВНЕ ПЛАНУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ДОСВІД ЗАКОРДОННИХ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах активної інтеграції України в світовий економічний простір питання планування зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) вітчизняними

підприємствами стає одним з найбільш актуальних. Від точності складання плану ЗЕД, рівня його деталізації та ступеня контролю за виконанням планових показників залежить ефективність здійснення ЗЕД підприємства.

Планування ЗЕД є одним з найважливіших елементів системи планування підприємства, що здійснює зовнішньоекономічні операції. Під ним розуміється процес розробки планових нормативів у сфері ЗЕД, спрямованих на ефективне забезпечення підприємства необхідними ресурсами та оптимізацію господарських рішень з метою реалізації поставлених завдань за допомогою максимізації використання наявного потенціалу [1].

З точки зору тривалості часового проміжку можна виділити три рівні планування ЗЕД підприємства:

1. Стратегічне, що розробляється на довгострокову перспективу і включає в себе вироблення стратегічних цілей і завдань, розробку стратегії ЗЕД, визначення масштабів і сфер діяльності підприємства на якісно новому рівні.

2. Тактичне, основними завданнями якого є: конкретизація стратегічних цілей стосовно середньострокового періоду, здійснення фінансового планування зовнішньоекономічних операцій, вибір найбільш ефективних шляхів реалізації стратегії ЗЕД.

3. Оперативне, що охоплює короткостроковий період діяльності підприємства і ґрунтується на аналізі конкретних показників, наприклад: фізичний обсяг поставок, обсяг реальних витрат та ін.

Українські підприємства потребують підвищення ефективності ЗЕД, зокрема — за рахунок вдосконалення механізму планування ЗЕД.

Один з ефективних способів вдосконалення стратегічного і оперативного планування ЗЕД вітчизняних підприємств — застосування успішного досвіду країн-лідерів у сфері ЗЕД з його адаптацією під сучасні реалії української економіки. Одним з можливих шляхів вдосконалення стратегічного і оперативного планування ЗЕД українських підприємств на основі застосування зарубіжного досвіду є використання методики індикативного планування.

Під індикативним плануванням розуміють комплексний метод соціально-економічного планування розвитку економічної системи, що базується на розробці системи показників (індикаторів), що носять інформативний та орієнтуючий характер. Головними перевагами індикативного планування є зниження невизначеності при прийнятті рішень і збільшення стабільності економічної системи.

У зарубіжній практиці активно використовується індикативна експрес-оцінка зовнішньоекономічної діяльності підприємства, яка являє собою метод оцінки ЗЕД підприємства, що включає в себе формування максимальних і мінімальних порогів показників ЗЕД шляхом проведення експертного оцінювання по групах показників, заздалегідь визначених для оцінювання.

Такий підхід дозволяє сформувати інформаційно-аналітичну базу, яка буде використовуватися в якості орієнтира при розробці плану ЗЕД підприємства. Метод експрес-індикативного планування активно використовується такими виробничими підприємствами, як Procter & Gamble (США), Bayer (Німеччина), Toyota Motor Corporation (Японія) та ін.

В процесі індикативного планування ЗЕД формується система показників (індикаторів), що характеризують стан і розвиток ЗЕД підприємства. В якості індикаторів ЗЕД можуть використовуватися такі [2]:

1) обсяги виробництва найважливіших видів продукції;
2) обсяги експорту та імпорту;
3) обсяг використання трудових ресурсів;
4) розміри цін на поставку сировини і матеріалів;
5) обсяги міжнародних інвестицій і інші.

Інший шлях вдосконалення системи планування ЗЕД вітчизняних підприємств — зміна підходу до планування ЗЕД, який полягає у використанні в якості основи для розробки планів ЗЕД результатів маркетингових досліджень ринку. Це необхідно для найбільш повного задоволення потреб клієнтів, ефективного використання ресурсів, формування конкурентних переваг і отримання великої економічної і фінансової інформації. Як показало узагальнення досвіду ряду зарубіжних корпорацій (Nestle, Toyota Motor Corporation і ін.), ефективна робота на зовнішньому ринку неможлива без творчого і гнучкого використання комплексу маркетингових методів: правильного вибору збутової організації, контролю за роботою торгових посередників, вибору і застосування різних методів стимулювання збуту, реклами і т. д. При цьому застосування методологічних підходів міжнародного маркетингу виступає в якості основної частини розробки планів ЗЕД підприємств.

Варто підкреслити, що процес вивчення ринку повинен передувати процесу розробки стратегічних і оперативних планів ЗЕД. Підводячи підсумки, варто зазначити, що впровадження успішної зарубіжної практики в області стратегічного і оперативного планування ЗЕД в діяльність вітчизняних підприємств буде сприяти підвищенню ефективності ЗЕД тільки за умови її адаптації до умов сучасного українського бізнесу.

Джерела

1. *Гребельник О. П.* Основи зовнішньоекономічної діяльності: підручник. 5-те вид., перероб. та допов.; Університет ДФС України. Ірпінь. 2019. 410 с.
2. *Кубів С. І., Федюк В. В.* Метод вибору показників, які характеризують розвиток зовнішньоекономічної діяльності під час вирішення конкретних управлінських проблем // *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2020. № 5 (116). С. 55–59.

Науковий керівник: *М. В. Сідненко, старший викладач*

А. А. ПОНКРАТОВА
Придніпровський інститут ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ РЕКЛАМНИХ, ІНФОРМАЦІЙНИХ ТА ГАЗЕТНИХ МАТЕРІАЛІВ

В наш час, людина вже не уявляє свого існування без використання глобальної інформаційної системи, у зв’язку з чим з’являється потреба в якісному перекладі засобів передачі інформації, до яких належать газетні, рекламні та інформаційні матеріали.

Основна мета інформаційно-газетних матеріалів — проінформувати читача, про суспільно значущі справи. Ці повідомлення висвітлюють дуже багато чинників і подій, однак їх тематика обмежується деякими критеріями: значимістю інформації у соціумі та етичними і естетичними нормами, прийнятими у суспільстві.

Найголовнішим при перекладі газетно-інформаційних матеріалів є переклад заголовка, тому що це перше, на що буде звертати увагу потенційний покупець. Тому перекладачу необхідно розуміти, що саме мають на увазі автори англомовних статей, а також прагнути зробити так, щоб назва їх статті виділялася серед інших кількома словами, передаючи відповідну інформацію, і привертаючи увагу читача [5]. Бо, як підкреслював М. Рильський, переклад має показувати не тільки індивідуальний стиль автора статті, але й перекладача: “...Вважаю неможливим, ...щоб автор перекладу..., цілком забув про себе, цілком підкорився індивідуальності іншого...”, однак при цьому, було б непогано, аби “між автором оригіналу і перекладачем була внутрішня спорідненість” [4, с. 240].

Важливою особливістю назв англійських газет є переважання еліптичної форми пасивного стану з пропуском допоміжного дієслова “to be” для опису подій як у минулому, так і у теперішньому часі в них: *8-Year Old Boy Kidnapped in Miami — В Майамі викрали 8-річного хлопчика* [3, с. 8].

Таким чином, встановлено, що, перекладаючи заголовки газетних статей, необхідно враховувати такі ж особливості та проблеми, які необхідні при перекладі публіцистичного тексту, а саме:

- повна відсутність дослівності при перекладі;
- велика кількість стійких виразів у текстах перекладу;
- можливість застосування гри слів і гумору.

Для досягнення якості та більш високого рівня еквівалентності перекладу, перекладач повинен зробити переклад інформаційно-описовим, якщо англійською мовою цей матеріал відноситься до інформаційно-описового жанру, а також переклад повинен дотримуватися усіх вимог української мови. При перекладі можна опускати заголовки, за винятком лише офіційних текстів [2, с. 308–311].

Найголовнішим для перекладу рекламних матеріалів є вміння зацікавити читачів, оскільки неможливо вимагати від людини такого ж терпіння при читанні реклами, як при читанні книги. Таким чином, реклама повинна привернути увагу читачів і вразити їх у досить обмеженому часі та просторі.

Основними стилістичними особливостями рекламних текстів є:

- лаконічність, ясність та доступність інформації;
- оригінальність висловлення;
- літературна грамотність і витончений стиль.

Також, важливим критерієм розуміння характерних рис рекламної підмови є здатність правильно сприймати та адекватно перекладати рекламні тексти і назви торговельних марок [1].

Переклад рекламних, інформаційних та газетних матеріалів є нелегкою справою. Однак це дає нам великі можливості у вигляді знайомства з культурою та традиціями інших країн, читанням книг іноземних авторів, популяризацією українських брендів та товарів. Тому потрібно знати всі особливості при перекладі текстів з однієї мови на іншу, бо це відкриває перед нами двері гігантського простору для праці як у соціальних мережах, так і на іноземному ринку.

Джерела

1. *Бондаренко О. М.* (2021). Особливості перекладу рекламних текстів (Стилістичний аспект) // *Zaporizhzhia Historical Review*. 1(21), 488–490. URL: https://istznu.org/index.php/journal/article/view/1829 (дата звернення: 10.02.2023).
2. *Кашкенова А. М.* Reflecting features of newspaper titles in translation. URL: https://moluch.ru/archive/199/48971/ (дата звернення: 10.02.2023).
3. *Кларк Д.* У Маямі викрали 8-річного хлопчика // *Вашингтон пост*, 30 вересня 2013 р.
4. *Руда Т.* Максим Рильський як теоретик перекладу, Київ. URL: https://md-eksperiment.org/post/20201218-maksim-rilskij-yak-teoretik-perekladu (дата звернення: 11.02.2023).
5. *Рябчук І. О.* Переклад газетно-інформаційних повідомлень. URL: http://www.rusnauka.com/8_NMIV_2013/Philologia/6_131725.doc.htm (дата звернення: 10.02.2023).

Науковий керівник: *Г. А. Луканська, старший викладач*

З. В. ПРИЙМЕНКО

ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

РЕСОЦІАЛІЗІЦІЯ ОСІБ, ЩО БРАЛИ УЧАСТЬ В БОЙОВИХ ДІЯХ

Війна являє собою ситуацію надзвичайної стресовості з максимальним руйнівним ефектом не тільки для економіки країни, а й стосовно ментально-

го здоров'я громадян. Вона негативно впливає на психологічний, соціальний, економічний стан всього суспільства, а надто руйнівні впливи війни відчувають на собі воїни, які перебувають в зоні бойових дій різної активності. Враховуючи кількість осіб, задіяних в захисті України приходить розуміння, що проблеми їх психологічного і фізичного відновлення, соціальної адаптації, трудової реалізації матимуть величезні масштаби. Багато ветеранів поряд з психотравмуючими наслідками війни матимуть проблеми з працевлаштуванням, потребуватимуть професійної переорієнтації. За прогнозами Національного банку рівень безробіття в Україні в 2023 році становитиме 26 % [2].

Діяльність, спілкування, самосвідомість — всі ці три сфери становлення особистості людина може реалізувати в процесі своєї професійної діяльності, трудовий колектив являється інститутом соціалізації людини.

Травматичний вплив бойового досвіду на психологічний стан пов'язаний з постійним ризиком для життя, загрозою смерті, поранення, фізичним виснаженням, важкими військово-польовими умовами життя.

Спілкування має комунікативну складову (обмін інформацією), інтерактивну (взаємодія), прецептивну (розуміння людини людиною). Міжособистісні відносини, що складаються в трудовому колективі сприяють напрацюванню якісної комунікативної компетенції, як системи внутрішніх ресурсів ефективної взаємодії позицій спілкування, ролей, стереотипів, установок, знань, навичок. Комунікативна компетенція можлива при наявності емоційної стабільності, відсутності емоційної експресивності. Тому якість трудової реалізації ветеранів залежить від психологічної реабілітації, подолання наслідків посттравматичного стресового розладу. Соціальна реалізація — важливий момент становлення особистості, адже групова приналежність до трудового колективу чи професійної спільноти дає змогу захиститися від почуття самотності, переключити свою увагу з внутрішніх проблем на вирішення колективних завдань, реалізувати свою "Я"-концепцію, покращити матеріальну позицію, самоствердитись, адаптувати міжособистісні відносини до умов мирного стану.

Бойовий досвід впливає на стан особистості, її внутрішні цінності, загострює почуття справедливості, часто ставить в опозиційність, виникає зайва принциповість, прямолінійність суджень, формується необґрунтований критичний настрій, нерідко проявляється деструктивна модель поведінки в конфлікті. Така позиція поляризує суспільство і колектив, створює комунікативні бар'єри у міжособистісних відносинах, комунікативний вплив партнерів по спілкуванню можливий лише за умови прийняття єдиної системи психологічних факторів (установок, ціннісних орієнтирів тощо). Психологічно потреба людини бути в товаристві інших людей, (афіляція) має вигляд відчуття прихильності, проявляється в бажанні спілкуватися.

Важливо запобігти ретравматизації, коли людина з бойовим досвідом стає непотрібна суспільству, не має підтримки сім'ї, стає непопулярною, відчуває негативне ставлення соціуму, медичних і соціальних працівників. Ретравматизація може призвести до формування комплексу провини у ветеранів. Негативне ставлення може проявлятися у вигляді заперечення фак-

ту травми (поранення), заперечення зв'язку між травмою (пораненням) та стражданням ветерана, віктимізація (шляхом нав'язування почуття провини) учасника бойових дій, ігнорування його особливого психологічного стану, відмова надання допомоги. Призводить до ретравматизації і гіперопіка, створення атмосфери безпорадності, надмірної драматизації фізичного чи психологічного стану ветерана, що знецінює його вольові особистісні якості, заважає адаптації та відновленню. Тому важливо проводити психологічну та роз'яснювальну роботу з сім'ями, оточенням, трудовим колективом ветеранів, для створення сприятливих умов ресоціалізації, сприянню соціальної адаптації, відновлення особистісного балансу. Наявність соціальних ресурсів є дієвим проективним фактором.

Участь у бойових діях змінила почуття безпеки, світогляд, вселила відчуття невизначеності майбутнього. Зміни відбулися і в особистісному стані рідних та близьких ветеранів, які відчували за них тривогу, страждали емоційно, відчували напругу, душевний біль у разі поранення, вчилися вирішувати побутові проблеми й змінювали уклад свого життя позбавлені участі захисника. Рідні ідеалізували свого воїна, моделювали повернення керуючись помилковими фантазуваннями і нереалістичними очікуваннями. Невідповідність цим очікуванням може спровокувати у рідних відчуття відчуження і розчарування. Необхідно всім сторонам бути готовим, що міжособистісні відносини доведеться корегувати і вибудовувати заново, не всі стосунки буде поновлено, нажаль. Згідно опитування МОМ у Києві та області, Дніпропетровській та Львівській областях, які проводилися у 2019 році — 32 % опитаних ветеранів відчували себе виключеними із суспільства і вважали, що взаємопорозуміння можливе тільки з тими, хто має бойовий досвід [3, с. 21]. У побратимів на війні виникають особливі стосунки довіри і взаємовиручки, вони стають опорою один для одного. По відношенню до своїх дітей ветерани можуть виявляти прояви надмірного контролю, бути занадто вимогливими до дисципліни, тому що дисципліна на війні — необхідна умова виживання. В спілкуванні з ветеранами необхідно зберігати природність і щирість, без проявів надмірної сентиментальності і уваги, не проявляти надмірної цікавості відносно військового життя. Прояви вдячності і поваги, шанування та визнання за учасниками бойових дій героїчного минулого у суспільстві, трудових колективах, сім'ї, полегшить ресоціалізацію, дасть змогу уникнути соціальної напруги.

Трудова реалізація учасників бойових дій залежить від роботи державних служб, служб соціального захисту, служби зайнятості, центрів професійної перекваліфікації. Ветерани з пораненнями та інвалідністю можуть набути професії з урахуванням їх фізичного стану, потрібно надавати правову та освітницьку допомогу для розвитку підприємницької діяльності серед ветеранів. Підвищення кваліфікації, здобуття нового фаху або започаткування власної справи є важливою частиною ресоціалізації ветеранів. Згідно соціальних досліджень IREX більше 40 % ветеранів змінюють роботу, навіть при збереженні робочого місця [1, с. 13]. Часто роботодавці відмовляють у взятті на роботу ветеранам через їх статус, додаткові відпустки і пільги. Заробітну

плату єдиним джерелом доходу назвали 82 % опитуваних ветеранів, 6 % з них зазначили джерелом доходу соціальні пенсії та допомогу по інвалідності, 50 % мали труднощі у спілкуванні (згідно опитуванням МОМ) [3, с. 7].

За модель успішного переходу суспільства від воєнного до мирного життя може бути використаний досвід США, коли в 1944 році був розроблений "Акт реадаптації службовців", який був закріплений законом у 1984 р. і за пропозицією Монтгомері став постійним і набув назви "G. I. BILL Монтгомері" [4, с. 12]. Сам акт розроблявся ветеранськими організаціями. Акт створив передумови і сприяв повоєнному економічному підйому, передбачав надання пільг на навчання для ветеранів, надані пільги стимулювали розвиток економіки і суспільства. Залучення мільйонів ветеранів до закладів освіти сприяло зростанню їх кількості, збільшилася кількість викладачів, освіта стала доступною великій кількості незаможних верств суспільства. Вища освіта переорієнтувалася на ринково-орієнтовані предмети. До 1956 року в рамках цього закону пільгами скористалися 7,8 мільйонів ветеранів [4, с. 2].

В результаті зросла кількість робочої сили, збільшилася продуктивність праці, зріс середній клас, який мігрував до будинків в передмісті, що викликало підйом будівельної галузі. Соціальна адаптація ветеранів перетворилася на соціальний інститут з чіткими функціями.

Отже цілями реабілітації осіб, що мають бойовий досвід є відновлення особистісного і соціального статусу, як постраждалих від посттравматичного стресового розладу, а саме: корекція соціальної поведінки, розвиток комунікативного інтелекту, самореалізація в особистісній і професійній сфері, подолання психологічних та соціальних конфліктів, залучення внутрішніх резервів запобігання залежності від психоактивних речовин. Середовищем для ресоціалізації слугують родина, оточення, трудові колективи. Для зменшення соціальної напруги та покращення процесу соціальної адаптації ветеранів, психокорекції потребують, як учасники бойових дій, так і суспільство.

Перехід суспільства до мирного життя може зайняти значний час, з урахуванням стану економіки України та великої кількості людей, які залучені до процесу оборони. Перехід потребує участі держави, прийняття ефективних адаптаційних законів.

Джерела

1. Аналіз системи соціального захисту ветеранів та військовослужбовців. Розроблено та надруковано за підтримки Національного фонду на підтримку демократії (NED): соціальні дослідження. Січень 2022. 142с. URL: https://legal100.org.ua (дата звернення: 11.03.2023).
2. В Україні рівень безробіття цьогоріч становитиме 26 %. НБУ. *Укрінформ*. URL: https://www.ukrinform (дата звернення: 10.03.2023).
3. Реінтеграція Ветеранів в Україні національне опитування МОМ ООН Міграція: звіт. 2022. 58 с. URL: https://ukraine.iom.int (дата звернення: 12.03.2023).
4. Соціальна адаптація учасників АТО та членів їх сімей: наукова стаття. URL: https://www.uzhnu.edu.ua (дата звернення: 11.03.2023).

Науковий керівник: *Н. В. Задорожна, старший викладач*

В. М. ПРИЛИПКО
канд. пед. наук, ст. викладач кафедри фундаментальних, галузевих юридичних наук,
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

ІНФОРМАЦІЙНО-ПРАВОВІ НОРМИ, ЇХ ОЗНАКИ РЕАЛІЗАЦІЯ, СИСТЕМАТИЗАЦІЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Сучасне інформаційне законодавство різних країн, зокрема і України, налічує від декілька десятків до декілька сотень нормативно-правих актів. Зростання їхньої кількості обумовлене двома основними чинниками: по-перше, порівняно з минулими роками в сучасному суспільстві значно збільшилась загальна маса інформаційних відносин, якісно змінився їхній зміст, істотно розширилося коло питань, з приводу яких виникають інформаційні відносини; по-друге, в сучасних умовах зростає та продовжує зростати вагомість результатів реалізації інформаційних суспільних відносин у всіх сферах життя окремої людини, в цілому суспільства й держави. Загалом, національні законодавства містять такі типові закони та окремі правові норми, які регулюють інформаційні суспільні відносини:

- правові норми, спрямовані на врегулювання інформаційних суспільних відносин, які містяться в Конституціях;
- закони, що безпосередньо стосуються інформації як об'єкта правових відносин;
- закони, метою яких є врегулювання групи суспільних відносин, пов'язаних із функціонуванням елементів інформаційної інфраструктури;
- окремі правові норми, що містяться в законах, метою яких є врегулювання різних суспільних відносин.

Норма інформаційного права — найголовніша частина механізму інформаційно-правового регулювання галузі інформаційного права і системи українського права в цілому. Питання щодо визначення інформаційно-правової норми є дискусійним. Деякі науковці, такі як В. С. Цимбалюк, В. Д. Гавловський, В. В. Гриценко, М. Я. Швець, І. Ю. Здзеба, М. Ю. Шевченко, І. Л. Бачило, В. А. Копилов та ін., певною мірою досліджували окремі питання інформаційних норм, але зроблені ними висновки свідчать лише про відсутність усталених поглядів на певні проблеми щодо визначення інформаційних норм, їх ознак і т. ін.

Інформаційно-правовій нормі притаманні загальні ознаки, що властиві будь-якій соціальній нормі. Втім треба зазначити, що навіть деякі загальні ознаки інформаційної норми суттєво відрізняються від загальних ознак інших правових норм. Крім того, норми інформаційного права мають такі спеціальні ознаки, які притаманні виключно інформаційно-правовій нормі.

Велике значення для становлення в Україні інформаційного права має реалізація норм інформаційного права. Норми інформаційного права лише

тоді впливають на суб'єктів, коли вони реалізуються у свідомо-вольовій діяльності людей.

Реалізація інформаційно-правових норм — це процес практичного втілення в життя приписів, що містяться в інформаційно-правових нормах.

Розрізняють чотири основних способи реалізації інформаційно-правових норм:

• дотримання — пасивна поведінка суб'єктів, що не допускає порушення інформаційно-правових норм (наприклад, коли громадянин чи посадова особа не порушують інформаційні правила і норми);

• виконання — активна поведінка суб'єктів, що спрямована на виконання юридичних обов'язків, зафіксованих в інформаційно-правових нормах. Суть виконання полягає у чіткій реалізації зобов'язуючих норм інформаційного права, коли суб'єкти вказаної галузі права (і відповідно виникаючих правовідносин) своїми активними діями втілюють у життя покладені на них обов'язки;

• використання — активна поведінка суб'єктів інформаційного права, за якої вони самі вирішують питання про здійснення відповідних дій чи утримання від них. У цьому випадку норму права буде реалізовано і тоді, коли суб'єкт обрав активну поведінку (у формі дії), і тоді, коли вій обрав пасивну форму поведінки. Можна зробити висновок, що використання норм інформаційного права є добровільною справою. Ніхто не може примушувати до їх використання, водночас ніхто не повинен нести відповідальність за невикористання норм інформаційного права;

• застосування — прояв владної діяльності уповноважених державних органів із приводу конкретних справ і з виданням індивідуальних юридичних актів. На відміну від перших трьох способів реалізації інформаційно-правових норм, застосування є прерогативою лише органів, що мають державно-владні повноваження в інформаційній сфері. Правозастосування здійснюється стосовно суб'єктів інформаційно-правових відносин із метою реалізації абстрактних приписів норм права щодо конкретної життєвої ситуації.

Нині спостерігається інтенсивний процес формування інформаційного законодавства України. Сучасне вітчизняне інформаційне законодавство налічує до двох тисяч нормативно-правових актів різних напрямів. Аналіз усього масиву нормативно-правових актів, які регулюють суспільні відносини в інформаційній сфері, в цілому свідчить про наявність правових норм, які дублюють одна одну, про різночитання однакових термінів тощо.

Одним із найважливіших механізмів усунення названих недоліків у розвитку інформаційного законодавства є систематизація, яка покликана впорядкувати чинну правову систему. Тільки за умови наявності впорядкованої структури законодавства стає можливим виявити суперечності, дублювання, колізії правових норм. Систематизоване законодавство створює сприятливі умови для реалізації його норм, наукових досліджень і навчання.

Таким чином, систематизація інформаційного законодавства повинна забезпечити:

- стабілізацію інформаційного законодавства;

- створення єдиної системи обліку правових актів;
- внутрішню єдність інформаційного законодавства за рахунок групування правових норм;
- виключення дублюючих правових норм;
- ефективність пошуку необхідних правових норм тощо.

Джерела

1. *Баранов О. А.* Інформаційне право України: стан, проблеми, перспективи. К.: Вид. дім "СофтПрес", 2019. 316 с.
2. *Коваленко Л. П.* Особливості інформаційно-правових норм і відносин // *Форум права.* 2012. № 4. С. 475–481.
3. *Цимбалюк В. С.* Інформаційне право (основи теорії і практики). К.: Освіта України, 2018.

О. В. ПРИЛІПКО

ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

АЛГОРИТМ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ У КОНТЕКСТІ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК

Головним принципом розробки та реалізації маркетингової стратегії є її цілісність та комплексність. В сучасних умовах бізнесу повинен бути проаналізований кожен фактор, який впливає на вибір компанії. Бо тільки у такому випадку можна розраховувати на достатній прибуток та ефективність реалізації цієї стратегії [3, с. 46].

Пропонується алгоритм формування маркетингової стратегії підприємства виходу на міжнародний ринок складається з таких етапів [1, с. 123]:

1 Етап: Ідентифікація мотивів виходу підприємства зарубіжний ринок.

На цьому етапы важливо виявити фактори прийняття рішення про вихід підприємства на зовніщній ринок.

2 Етап: Аналіз потенціалу підприємства стосовно освоєння зарубіжних ринків та вибір способу оцінки зарубіжних ринків.

Після визначення мотивів підприємства перейдемо до розгляду можливості освоєння підприємством зарубіжних ринків — наявність підприємства необхідні для цього ресурсів.

3 Етап: Вибір напряму інтернаціоналізації бізнесу підприємства.

4 Етап: Аналіз альтернативних варіантів зарубіжних ринків.

Після визначення напряму інтернаціоналізації бізнесу та формування переліку передбачуваних до освоєння зарубіжних ринків, необхідно детально проаналізувати такі варіанти:

- виявити та проаналізувати передумови до освоєння зарубіжного ринку;
- виявити та проаналізувати бар'єри (класифікація представлена).

Мета цього етапу — виявити найперспективніші зарубіжні ринки.

5 Етап: Оцінка можливості подолання бар'єрів.

На даному етапі керівництву підприємства необхідно зрозуміти, чи переборні виявлені раніше бар'єри, які ресурси і який їх обсяг необхідний для подолання даних бар'єрів, чи може підприємство забезпечити необхідний обсяг ресурсів.

6 Етап: Визначення переліку зарубіжних ринків для подальшого розгляду.

Для подальшого планування підприємство має відмовитися від ринків, які підходять до таких параметрів:

- бар'єри виходу на закордонний ринок не переборні;
- бар'єри виходу на закордонний ринок переборні, але підприємство не має необхідного обсягу ресурсів;
- бар'єри виходу зарубіжний ринок переборні, необхідний обсяг ресурсів є, але обсяг цих витрат має неприйнятний термін окупності.

7 Етап: Вибір ринку та SWOT-аналіз.

Основною метою цього етапу є остаточний вибір зарубіжного ринку для освоєння підприємством. Для цього обрані підприємством кількісні та якісні показники оцінюються експертним методом за бальною системою, проводиться розрахунок зважених значень показників та їх суми, визначаються лідери. Далі вибирається зарубіжний ринок/ринки (кількість визначається експертами підприємства), який набрав максимальну кількість балів підприємство [2, с. 96].

8 Етап: Формування стратегії сегментування під час виходу підприємства на зарубіжний ринок.

Спочатку підприємству потрібно проаналізувати такі параметри:

- цільові споживачі зарубіжного ринку за низкою критеріїв (соціально-демографічні, географічні, характеристики фізичного стану, поведінкові характеристики);
- потреби споживачів закордонного ринку; фактори попиту.

Для аналізу рекомендовано використовувати тривимірну модель Д. Абеля.

Проаналізувавши дані параметри, необхідно визначити тип стратегії сегментування: диференційований маркетинг, недиференційований маркетинг, концентрований маркетинг [32]. Можна використовувати два підходи до стратегії сегментування:

- стратегія сегментування зарубіжного ринку аналогічна стратегії сегментування для внутрішнього вже освоєного ринку;
- стратегія сегментування для зарубіжного ринку відмінна від стратегії сегментування для внутрішнього вже освоєного ринку;

9 Етап: Визначення базових конкурентних переваг у кожному із сегментів (стратегії позиціонування).

Наведемо варіанти принципів позиціонування притаманні виходу підприємства на зарубіжний ринок:

- позиціонування за значної ролі світовому ринку (акцент на досвід роботи підприємства на інших зарубіжних ринках, результати його діяльності на інших зарубіжних ринках);
- позиціонування країною базування підприємства (акцент з досвіду певних країн у виробництві певного виду товарів).

10 Етап: Формування стратегії виходу підприємства на закордонний ринок.

Визначивши стратегію сегментування та позиціонування, підприємству необхідно вибрати спосіб виходу на зарубіжний ринок відповідно до потреб споживачів.

11 Етап: Формування комплексу маркетингу під час виходу підприємства зарубіжний ринок.

На даному етапі необхідно розробити маркетингову стратегію щодо кожного з елементів комплексу маркетингу:

1. Товар.

Виділяють 3 можливі товарні стратегії при виході підприємства на закордонний ринок [1, с. 98]:

- пряме поширення — висновок зарубіжний ринок товару без будь-яких змін;
- адаптація товару — модифікація товару відповідно до характеру потреб та умов даного закордонного ринку;
- створення товару — створення окремого товару спеціально зарубіжного ринку.

2. Просування.

Важливим елементом міжнародного комплексу маркетингу є просування товарів та послуг. В даному випадку фірма може використовувати вже апробовані методи та засоби просування своїх товарів та послуг (реклама, стимулювання збуту, PR та ін) або змінювати їх залежно від умов нового ринку — це називається комунікаційною адаптацією [2, с. 206].

Існує 4 способи адаптації до умов закордонного ринку:

- переклад іншою мовою, зміна основних текстів та кольору;
- використання спеціальної, адаптованої до конкретного зарубіжного ринку;
- розробка портфеля комунікаційних ресурсів підприємства та вибір відповідного варіанту для кожного із зарубіжних ринків;
- розробка абсолютно нової концепції просування для зарубіжного ринку, що освоюється підприємством.

3. Ціна.

Існують різні стратегії ціноутворення при виході підприємства на закордонний ринок:

- уніфікація цін — встановлення єдиної ціни товару для всіх географічних ринків;
- встановлення ринкових цін у кожній країні — ціна на товар встановлюється відповідно до умов кожного ринку (попит та пропозиція, діяльність конкурентів на кожному географічному ринку);

- встановлення ціни з урахуванням витрат у країні — встановлюється вартість всім географічних ринків шляхом підсумовування витрат і стандартної націнки.

4. Збут.

12 Етап: Вихід на зовнішній ринок.

По закінченню процесу прийняття основних стратегічних рішень (стратегії сегментування, позиціонування, виходу зовнішній ринок) підприємство розробляє практичний план виходу зовнішній ринок.

Для успішного виходу на зовнішній ринок керівництво підприємства має чітко розуміти за рахунок яких ресурсів воно здійснюватиме свою діяльність і в які бізнес-одиниці вкладатиме свій капітал. План забезпечення компанії необхідними фінансовими ресурсами має велике значення і аналіз наявності джерел формування капіталу є найважливішим елементом планування. Якість та обсяг виконаних робіт, ефективність використання устаткування, продажу товару, його собівартість та прибуток на передбачуваному до освоєння на зовнішньому ринку безпосередньо залежать від забезпеченості підприємства трудовими ресурсами. Вихід підприємства на зовнішній ринок здебільшого потребує збільшення трудових ресурсів.

Джерела

1. *Азарян О. М.* Стратегічне управління маркетинговою діяльністю підприємств машинобудування : монографія. Донецкий нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. І. Туган-Барановського. Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. 218 с.
2. *Годін А. М.* Маркетинг: підручник для бакалаврів. 11-те вид., переробл. и допов. М.: Издательско-торговая корпорация “Дашков и Ко”, 2014. С. 292.
3. *Длігач А. О.* Стратегічне маркетингове управління : монографія. Київ : Алерта, 2012. 270 с.

Науковий керівник: *І. А. Фігуровська, старший викладач*

О. Ю. ПРИХОДЬКО

викладач кафедри економіки та менеджменту,
Придунайська філія, Міжрегіональна Академія управління персоналом

КОРПОРАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Нині спостерігається зростаючий інтерес до вдосконалення корпоративного управління серед вітчизняних компаній. Корпоративне управління перетворилося на актуальну тему, яку активно обговорюють у бізнес-спільноті та органах державної влади. Водночас у розвитку корпоративного управління відзначаються серйозні недоліки й обмеження — по-справжньому серйозні зрушення стосуються порівняно невеликої кількості компаній; багато процесів протікають повільно і вкрай нерівномірно.

Класичне визначення корпоративного управління дав Сер Адріан Кедбері: "Корпоративне управління — це система керівництва та контролю за діяльністю компаній" [1]. Тут корпоративне управління визначається як набір механізмів, у рамках яких функціонує компанія, коли власність відокремлена від управління нею.

В еволюційній теорії фірма розглядається як суб'єкт в однорідному середовищі. Згідно з еволюційним підходом, в загальному вигляді визначаються наступним чином "візитка" фірми і те, що відрізняє її від інших фірм у конкурентній боротьбі.

Підприємство повинно отримувати прибуток, але при цьому забезпечувати досягнення такого роду мети, лише використовуючи наявні ресурси для виробництва продукції потрібного призначення, профілю та асортименту, яка потрібна споживачам. Цивілізовані ринкові відносини вимагають розумного поєднання обох цілей.

Модель корпоративного підприємництва базується на ідеї як сфери ініціативи підприємця і як ресурсу, ресурсів доступних підприємцю. Звичайно, не всі фірми можна назвати "підприємницькими", тому ця теорія відрізняється від інших теорій підприємництва вужчим охопленням.

Концепція моделі корпоративної агенції. Взаємовідносини між власниками та менеджментом та виконавцями компанії. Згідно з цією концепцією, власники, які не є директорами зазвичай не володіють тією ж інформацією, що й менеджери.

Відповідно до "теорії виживання", яка певною мірою є антирозвивальною. Фірми перехідного періоду не можуть адаптуватися до постійно мінливого середовища. Зміни у зовнішньому середовищі: зміни в асортименті продукції, яку вимагає ринок, і зміни цін на продукцію залежно від розміру ринку обсяг виробництва, фінансовий стан постачальників, їх платоспроможність тощо.

Концепція інтегрованого підприємства дозволяє відносно стійку та цілісну соціально-економічну систему, інтегровану в часі та просторі, процеси виробництва, збуту та відтворення.

Концепція підприємства як "відкритої" матеріальної та соціально-економічної системи набуває все більшої популярності. Згідно з цією концепцією, діяльність підприємства є потіком ресурсів на підприємстві скоординований у часі та просторі, його запаси допомагають збалансувати і підтримувати ці потоки в досягнення запланованих бізнес-результатів.

Насамкінець необхідно зазначити, що в постійний моніторинг стану внутрішніх і зовнішніх чинників, що проводиться в рамках управління корпораціями, дає змогу менеджменту своєчасно ідентифікувати свої сильні та слабкі сторони і відповідно вносити коригування в план заходів щодо збільшення прибутковості. Акціонери та інші зацікавлені особи, у свою чергу, можуть зробити висновки для прийняття подальших інвестиційних рішень, доцільності володіння акціями компанії, внесення коректив у роботу ради директорів і менеджменту компанії. Для дослідників у галузі корпоративного управління такі спрощені моделі надають хороший фундамент для подальших досліджень.

Джерела

1. *Сер А. Кедбері* Корпоративне управління та розвиток // Глобальний форум з корпоративного управління, 2003 р.
2. Лекції з дисципліни "економіка і управління підприємством". URL:https://studfile.net/preview/7220027/ (Дата користування: 20.03.2023)
3. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. URL : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15(Дата користування: 20.03.2023.)

Г. Я. ПРИШЛЯК

канд. юрид. наук, доц.,
доцент кафедри права Львівського інституту ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРАВ У СУЧАСНОМУ ДЕРЖАВОТВОРЕННІ: МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Взаємостосунки громадян та органів державної влади, на будь-якому етапі її розвитку, завжди були і є складними та надзвичайно необхідними для розвитку держави, як важливого сучасного інституту. Всебічне опрацювання таких стосунків в теоретичному плані, їх аналіз та пропонування нових шляхів взаємостосунків — це те, що є вкрай необхідним у ефективному управлінні, а звідси — і у формуванні правдивої екологічної держави з дотриманням прав людини, особливо — екологічних. Звичайно, у сучасному світі неодноразово звучало та розглядалося поняття такого інституту державної влади, але, на наш погляд саме питання передумов виникнення "екологічних прав" у контексті сучасного державотворення з боку теоретичного погляду, на жаль, майже не розглядалося. Тож для об'єктивного дослідження даного напряму, важливим є правильний та різноманітний підбір методологічного інструментарію, з допомогою якого можна віднайти істини у поставлених питаннях. Якщо дивитися на різнобічність об'єкту та предмету досліджень державно-правових явищ, то слід відзначити, що для будь-якої галузевої науки, не залежно від її етапу розвитку, характерна однаковість методологічних підходів та засад, способів та прийомів у здійсненні певних досліджень. Звідси випливає, що методологія є обов'язковою у дослідженні будь-якого державно-правового явища, а її основи стали важливим елементом ідеології загальнонаціонального державо- та правотворення в Україні.

На певному історичному етапі свого розвитку теорія держави та права створювала особисті підходи до поняття "методологія", що зумовлювалося розвитком соціально-економічних відносин, науки, її методології зокрема. Однак ще досі методологічні способи відповідних досліджень продовжуються залишатися переважно атрибутивною складовою наукових досліджень.

Слід зазначити, що методологія вітчизняної юридичної науки у дорадянський період формувалася під впливом різноманітних наукових шкіл, Так, державно-правові дослідження багатьох українських мислителів, серед яких слід відзначити М. Грушевського, С. Дністрянського, М. Драгоманова й інших, сприяли не лише виявленню актуальних проблем методології державно-правових досліджень, а й пошуку шляхів оптимального вирішення цих надзвичайно важливих проблем. Та, методологічні розробки українських вчених мали переважно емпіричну спрямованість, оскільки існувала відсутність повноцінної юридичної науки.

Із часу проголошення незалежності України, виникла потреба у формуванні якісно нової методології національної юридичної науки. В теперішній час утвердження та розвиток сучасної наукової методології державно-правових явищ в Україні відбувається декількома напрямами: через використання вже відомих та випробуваних способів галузевих юридичних наук; через активне запозичення апробованої наукової методології, що з ідеологічних причин не визнавалася; через залучення до юридичної науки прийомів, що активно використовуються в інших науках (наприклад, соціології, політології, психології, статистиці та ін.). Ці динамічні процеси позначилися й на розумінні сутності та змісту методології державно-правових явищ.

Серед сучасних учених, котрі внесли неабияку лепту у дослідження методології національної юридичної науки, слід відзначити М. Козюбру, М. Кельмана, П. Рабіновича та інших. Так, досліджуючи таку кардинальну для юридичної науки проблему, якою є пізнання сутності методології, М. Кельман справедливо зазначив, що загальний стан розробки методологічних проблем українського правознавства не відповідає потребам сучасності, має суттєві недоліки. Поширення набули методологічна невизначеність, еклектизм, запозичення певних методів та методичних засобів інших наук поза межами їх можливого використання у дослідженнях соціально-правових проблем [1, с. 78].

П. Рабінович визначає методологію юридичної науки у двох аспектах. Вчений вважає, що методологія юридичної науки — це: а) система підходів і методів, способів і засобів наукового дослідження; а також б) вчення (теорія) про їх використання при дослідженні державно-правових явищ [2, с. 150].

Отже, підсумовуючи вищевикладене, можна визначити методологія сучасної юридичної науки як сукупність певних теоретичних принципів, логічних прийомів та конкретних способів дослідження сучасних державно-правових явищ. Зазвичай у процесі дослідження кожного самостійного державно-правового явища формується власна, оригінальна, часто доволі специфічна методологія. Зокрема, методологія дослідження проблем юридичної відповідальності є відмінною від методології пізнання демократичного контролю. До того ж методологія теоретико-правових досліджень значною мірою піддається впливу суб'єктивних чинників, пов'язаних з правовою свідомістю, науковим світоглядом, правовою культурою і навіть рівнем юридичної освіти та спеціальної наукової підготовки дослідника. Тому пізнання навіть одного й того самого державно-правового явища різними дослідниками може мати

своїм наслідком формування діаметрально протилежної методології дослідження цього явища.

Слід зазначити, що методологія дослідження передумов виникнення "екологічних прав", які є важливими у сучасному творенні держави — система теоретико-правових поглядів, наукових підходів, принципів, методів, прийомів та способів пізнання, об'єктивної оцінки ідеології держави, відповідного законодавства та правового механізму реалізації екологічних прав. Методологія дослідження передумов виникнення "екологічних прав", які є важливими у сучасному творенні держави, містить першооснову — метод, що з давньогрецької означає шлях пізнання.

Сьогоднішня юридична наука розуміє метод, як сукупність принципів, правил, прийомів і способів пізнання державно-правових явищ. Метод науки у загальній теорії держави і права — це шлях, що веде до раціональної, а відтак зрозумілої і конкретної відповіді на запитання теоретичного пізнання, чи практичного досвіду, чи пошуку меж цього пізнання [3, с. 88]. Це визначення можна співвідносити і з методологією дослідження передумов виникнення "екологічних прав", які є важливими у сучасному творенні держави, основу якого становлять безперечно основні методи науки теорії держави та права.

Для юридичної науки звичним є положення про те, що її методи становлять чітку систему, що будується на певних ієрархічних рівнях. Тому можна виділити такі групи методів: загальнофілософські, загальнонаукові, спеціальні та приватнонаукові методи пізнання теорії держави і права [3, с. 89]. Так, аналізуючи першу групу — загальнофілософські методи, слід відзначити, що можна віднести такі методи, як діалектичний, синергетичний, інтуїтивний, а також методи системного аналізу, абстрагування тощо. Крім того, саме загальнофілософські методи є основними методологічними підходами до дослідження передумов виникнення "екологічних прав", які є важливими у сучасному творенні держави та характеризують світогляд дослідників цієї теоретико-правової проблеми.

На нашу думку, в основу методології дослідження передумов виникнення "екологічних прав", які є важливими у сучасному творенні держави, має бути покладений комплексний підхід з використанням філософських принципів єдності, соціально-правового і гносеологічного аналізів, об'єктивності, історизму; повинні використовуватися напрацювання накопичені у філософії, соціології, політології, а також у конституційному праві. Звісно, запровадження нових методологічних підходів і принципів у дослідженні передумов виникнення "екологічних прав", які є важливими у сучасному творенні держави аж ніяк не суперечить застосуванню традиційної методології.

Слід відзначити, що важливим методологічним інструментарієм дослідження передумов виникнення "екологічних прав", які є важливими у сучасному творенні держави є й загальнонаукові методи пізнання. До таких належать індукція, дедукція, моделювання, аналіз, синтез, прогнозування тощо. Серед учених-правознавців нині нема єдності щодо розмежування загальнонаукових і загальнофілософських методів. Зазвичай їх об'єднують у правову категорію "загальні методи теорії держави і права".

Загальнофілософські методи пізнання, на наш погляд, формують світогляд науковців та основні філософсько-методологічні підходи до дослідження відповідного правового явища, тоді як загальнонаукові методи є найбільш поширеними універсальними шляхами пізнання всіх наукових категорій. Так, для дослідження передумов виникнення "екологічних прав", які є важливими у сучасному творенні держави важливе значення мають метод моделювання системи та інші загальнонаукові методи. Водночас ці методи важливі і для дослідження предметів гуманітарних, природничих і технічних наук.

Сукупність спеціальних методів дослідження передумов виникнення "екологічних прав", які є важливими у сучасному творенні держави — системний, порівняльно-правовий, соціологічний, статистичний, формально-логічний, функціональний тощо — здебільшого властиві не лише теорії держави і права як науці загалом, а й іншим наукам, а отже, не можуть вважатися спеціальними методами дослідження лише передумов виникнення "екологічних прав", які є важливими у сучасному творенні держави. Водночас ці методи набувають властивостей спеціальних методів під час здійснення дослідження проблем порівняльного правознавства (компаративістики). Тобто практика застосування цих методів при здійсненні відповідних наукових досліджень сприяє їх спеціалізації стосовно предмета дослідження.

Очевидно, слід визнати слушною думку відомого професора М. Костицького, який підкреслив: "Методологія як учення необхідна, насамперед, ученому для розвитку наукового світогляду, який не обов'язково має бути "правовірним" діалектиком, юснатуралістом, позитивістом, синергетиком та ін." [4, с. 10].

Таким чином, перелік методів, що застосовуються для дослідження передумов виникнення "екологічних прав", які є важливими у сучасному творенні держави, звісно, не є вичерпним, оскільки сама методологічна система загальної теорії держави і права, якій властивий постійний динамізм, перебуває на стадії активного розвитку, а отже, поповнюється новими методами. Тому, вважаємо, що проведення таких досліджень може сприяти формуванню спеціальних методів, які будуть властиві лише для досліджень теоретико-правових основ "екологічних прав", які є важливими у сучасному творенні держави.

Джерела

1. *Кельман М. С.* Методологія сучасного правознавства становлення та основні напрямки розвитку // *Психологія і суспільство.* 2015. № 4. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/4327/1/%D0%9A%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BC%D0%B0%D0%BD%20%D0%9C..pdf
2. *Рабинович П. М.* Основи загальної теорії права і держави : навч. посіб. 6-те вид. К. : Консум, 2002. 160 с.
3. *Кельман М. С.* Загальна теорія держави і права: методологічні проблеми розвитку та системний аналіз: монографія. Тернопіль: Терно– граф, 2007. 152 с.
4. *Костицький М. В.* Теоретичні проблеми правознавства // *Науковий вісник Національної академії внутрішніх справ.* 2013. № 1. С. 3–11. URL: http://elar.naiau.kiev.ua/bitstream/123456789/3056/1/2013_1_kostytskyi.pdf

Я. ПУХКАЛО

здобувач 1-го освітнього рівня спеціальності 073 "Менеджмент",
Сумський національний аграрний університет

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ

Прогрес у сталому розвитку сектору залежить від трикутнику інновацій, інвестиції в розвиток навичок та прийняття інклюзивної політики. Технологічні інновації — це рушійний спектр для підвищення продуктивності та зниження екологічного сліду сектору, тоді як розвиток навичок посилює процес та сприяє впровадженню нових галузей в аграрний сектор. Запровадження інновацій є важливим аспектом системи управління кожного сільськогосподарського підприємства в умовах швидкого розвитку ринку товарів і послуг, важливо забезпечувати плідну діяльність та конкурентну перевагу на ринку товарів і послуг шляхом організованого функціонування і співробітництва всіх виробничих та переробних ланок сільськогосподарського підприємства. Запровадження інноваційних технологій в аграрній галузі може допомогти вирішити проблеми неефективного та нераціонального уживання наявних ресурсів, постійного коливання ринкового пропозиції і попиту, та допомогти у підвищенні якості продукції та послуг. Однак, якщо не буде правильно побудована система управління, то нововведення можуть бути неефективними або навіть завадити діяльності підприємства. ретельно підійти до утворення дійової системи управління аграрними підприємствами, яка має включати в себе не тільки інновації, але й інші аспекти підприємницької діяльності. Крім того, варто враховувати фактори, що впливають на ринок аграрної продукції, такі як погода, кліматичні зміни, регулятивна політика держави тощо. Знання та аналіз таких факторів можуть допомогти виробникам бути більш конкурентоспроможними та ефективними на ринку [1].

Умови антикризового управління можуть ускладнити планування виробничої діяльності на довгострокову перспективу для сільськогосподарських підприємств. Це може бути пов'язано зі змінами в ринкових умовах, змінами в рівні інвестицій та багатьма іншими факторами, які впливають на планування виробництва. Отже, для забезпечення ефективності та продуктивності умови антикризового управління потребують від сільськогосподарських підприємств здійснення радикальних конфігурацій адаптації до сучасних умов. Це може включати в себе впровадження нововведень в систему виробництва та управління підприємством, щоб забезпечити оптимальне використання ресурсів та підвищення ефективності виробництва [2].

Управління інноваційною діяльністю в АПК є дуже важливим завданням, оскільки від інноваційності залежить конкурентоспроможність підприємств аграрного сектору. Основні напрямки управління інноваційною діяльністю в АПК: розробка інноваційної стратегії, тобто визначити напрямки іннова-

ційної діяльності та розробити план їх впровадження. Створення відповідної інфраструктури, для реалізації інноваційної стратегії необхідно створити відповідну інфраструктуру, зокрема, дослідні центри, лабораторії, центри трансферу технологій, підтримку інноваційних стартапів. Здійснювати пошук та впровадження нових технологій на підприємствах аграрного сектору. Постійний розвиток людського капіталу для реалізації інноваційної стратегії необхідні кваліфіковані кадри, тому варто звернути увагу на навчання та підвищення кваліфікації працівників. Створення умов для залучення інвестицій, так як інвестування в інновації є дуже важливим, тому необхідно створювати умови для залучення інвестицій в інноваційну діяльність аграрного сектору. Постійний моніторинг та оцінка результатів інноваційної діяльності який потрібен для систематичного відстеження результатів впровадження інновацій та оцінювання ефективності проведених досліджень. Інноваційно-інвестиційна політика є ключовим елементом для покращення економічного стану аграрного сектору. Залучення інвестиційних ресурсів для покращення технічного оснащення на сільськогосподарських підприємствах, розвитку кооперації виробництва та реалізації продукції, впровадження сучасної методики управління персоналом, підвищення рівня трудової активності в аграрному секторі, здійснення постійного оновлення та підвищення контролю якості продукції — це дієві заходи, які сприятимуть підвищенню продуктивності та конкурентоспроможності виробників сільськогосподарської продукції. Крім того, важливим елементом є регіональна державна підтримка вітчизняного сільськогосподарського виробника, зокрема створення сприятливих умов та інфраструктури для виробництва первинної переробки, зберігання та збут конкурентоспроможної продукції. Такі заходи допоможуть забезпечити максимальне охоплення сільськогосподарських товаровиробників державною підтримкою і сприятимуть зростанню виробництва сільськогосподарської продукції.

Таким чином немає сумнівів в важливості інвестиційної та інноваційної діяльності в аграрному секторі. Інвестиції в сільське господарство можуть сприяти розвитку технологій, які дозволяють підвищувати ефективність виробництва, знижувати витрати та покращувати якість продукції. Інновації також можуть допомогти збільшити конкурентоспроможність виробників та забезпечити розвиток нових ринків збуту. Крім того, державна підтримка для сільськогосподарських товаровиробників також є дуже важливою, може включати в себе стимулювання інвестицій, сприяння розвитку інфраструктури, надання фінансової підтримки та інше. Важливо також розробляти політики, які спрямовані на підвищення якості та безпеки продукції, що сприятиме розвитку експорту переробленої сільськогосподарської продукції та збільшенню доходів сільських жителів. Отже, ефективне управління інноваційною діяльністю в аграрному секторі може допомогти досягти більшої продуктивності та ефективності виробництва, збільшення обсягів виробництва та розвитку експорту переробленої продукції, що в свою чергу може позитивно вплинути на економічний розвиток країни та підвищення життєвого рівня населення.

Джерела

1. *Кальченко С. В., Попова Т. В., Свиноус Н. І.* Організаційно-економічні засади гармонізації економічних інтересів держави та фермерських господарств в інвестиційній сфері // *Агросвіт*. 2020. № 3. С. 9–15.
2. *Михайлов А. М.* Фінансові інструменти формування інвестиційних ресурсів в аграрному секторі національної економіки в умовах глобалізаційних викликів // *Економіка АПК*. 2019. № 3. С. 52–57.

Науковий керівник: *Н. В. Стоянець, д-р екон. наук, професор кафедри менеджменту ім. проф. Л. І. Михайлової Сумського НАУ*
natalystoyanez@gmail.com

А. І. СЕВАСТЬЯНОВА

Вінницький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету

ІННОВАЦІЙНІ ТИПИ КУРОРТІВ

Курортний бізнес — один з найприбутковіших секторів індустрії туризму, що є її структурним осердям. Для третини людства на початку XXI ст. нормою є принаймні раз у рік проводити відпустку чи вихідні на курорті [1].

Курорт — освоєна природна територія на землях оздоровчого призначення, що має природні лікувальні ресурси, необхідні для їх експлуатації будівлі та споруди з об’єктами інфраструктури, використовується з метою лікування, медичної реабілітації, профілактики захворювань та для рекреації і підлягає особливій охороні [2].

Сучасні трансформації курортних центрів зумовлені, насамперед, зміною характеру попиту на лікувально-оздоровчі послуги. У моду входить здоровий спосіб життя, і в усьому світі зростає кількість людей, які хочуть підтримувати гарну фізичну форму і мають потребу у відновних програмах. Здебільшого це люди середнього віку, які надають перевагу активному відпочинку і часто обмежені в часі. Саме споживачі цього сегмента будуть головними клієнтами курортів і гарантією процвітання лікувально-оздоровчого туризму XXI ст.

На думку експертів, новітні SPA-технології визначатимуть завтрашній день рекреаційно-готельного бізнесу. На міжнародних конгресах з лікувально-оздоровчого туризму відзначається важливість розвитку цього виду туризму для сучасного суспільства, адже постіндустріальна цивілізація XXI ст. активно переходить до сповідування філософії “wellness”.

Wellness — це процес гармонійного розвитку людини, в якому враховуються всі сфери її життя. Існує вісім вимірів “wellness”: інтелектуальний, духовний, суспільний, середовищний, культурний, професійний, емоційний, фізичний.

Сферою діяльності “wellness” є продукти та послуги, які реалізують потреби людей у всіх цих вимірах. Серед головних течій філософії виділяють: біологічне оновлення, фен-шуй, фітнес, здорове харчування. Усі основні елементи wellness- філософії нині реалізуються у SPA-центрах.

SPA — це спосіб відновлення гармонії духу й тіла шляхом водних купелей та пов’язаних із ними оздоровчих заходів; це комплекс процедур для оздоровлення всього організму з використанням води (звичайної прісної, а також мінеральної і морської), мінеральних солей, мінеральних і торфових грязей, морських водоростей і преформованих препаратів.

За останніх п’ятнадцять років у ЄС відбулася справжня “SPA-революція”. Адже, якщо до 90-х років поняття “SPA” у свідомості пересічного європейця асоціювалося з групою фінансовово недоступних елітних курортів в унікальних рекреаційних місцевостях світу, то нині охопила європейське суспільство мода на SPA-оздоровлення.Ефект очевидної економії часу і зусиль споживача обернувся колосальним успіхом SPA-центрів в усьому цивілізованому світі [3].

Загалом організаційне розмаїття SPA-центрів поділяється на два типи: клубні та курортні. Різниця між ними криється в особливостях геопросторового розташування.

Клубні SPA-центри розташовуються у великих містах — центрах максимального споживацького попиту. Це інноваційний тип закладів муніципального дозвілля, що стоїть в одному ряду з таки типами закладів повсякденної міської рекреації як спортклуби, плавальні басейни (аквапарки), сауни, косметологічні клініки, клініки відновної терапії, центри нетрадиційної терапії. До цього типу відносимо такі підтипи: wellness-клуби, фітнес-центри та салони краси.

Wellness-клуби — це найбільші за розмірами, поліфункціональністю сервісних продуктів і елітні за клієнтурою релаксаційно-оздоровчі комплекси клубного дозвілля. За режимом доступу вони можуть бути закритими (виключно для фіксованої кількості персоніфікованих членів клубу); напівзакритими (для членів клубу та обмежених квот додаткових гостей клубу) чи відкритими (для фіксованої кількості клієнтів).

Доступнішими для населення організаційними формами клубного SPA є ті фітнес-центри й салони краси, які надають своїм клієнтам окремі SPA-послуги.

Серед курортних SPA-центрів виокремилися два підтипи: стаціонарні та круїзні. Спеціалізовані SPA-круїзи щойно входять у моду, проте з огляду на вартість доступні вони лише обмеженому колу респектабельних споживачів [3].

Джерела

1. Класифікації та типології курортів. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/rutynsky3.htm (дата звернення 14.03.2023)
2. Закон України “Про курорти”. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2026-14#Text (дата звернення 14.03.2023)

3. Інноваційні типи курортів. URL: https://pidru4niki.com/2015060965397/turizm/innovatsiyni_tipi_kurortiv (дата звернення 14.03.2023)

Науковий керівник: *К. Г. Антонюк, асистент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи*

І. О. СЕВЕРІН
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринкової економіки прибуток відіграє найважливішу роль у житті підприємства незалежно від форм власності та організаційно-правової форми господарювання та впливає на його фінансову стабільність. Тому основною та головною ціллю роботи підприємства є отримання прибутку та якісне управління ним.

На перший погляд, прибуток здається найпростішою категорією в ринковій економіці, але, якщо розглядати ширше, то прибуток є однією з найскладніших категорій. Він є головною рушійною силою ринкової економіки та основним мотивом, який спонукає до підприємницької діяльності

Ринкові умови господарювання змушують підприємства шукати способи максимізації прибутку, тому що його зростання створює фінансову базу для розширеного відтворення, розв'язання проблем соціально-економічного розвитку підприємства тощо. А своєчасний аналіз показників прибутку дозволяє вчасно виявити проблеми у фінансово-господарській діяльності підприємства та вжити заходи для їх усунення.

За результатами досліджень провідних вчених-економістів управління прибутком на підприємстві є важливим і відповідальним процесом, який складається з підготовки та прийняття відповідних управлінських рішень щодо формування, розподілу та цільового його використання. На цей процес впливають як зовнішні, так і внутрішні фактори, які визначають специфіку фінансового управління підприємства у сфері управління прибутком.

У зв'язку з цим можна зазначити, що система управління прибутком на кожному підприємстві формується індивідуально у його межах, встановлюючи ті чи інші управлінські рішення. Формування, розподіл та використання прибутку може здійснюватися відповідно до статуту підприємства, внутрішніх нормативних документів та вимог, щодо політики управління прибутком на підприємстві.

Виходячи з цього можна зазначити, що система управління прибутком на підприємстві досягає своєї головної мети лише завдяки здійсненню певних заходів, а саме:

- розробка спрямованої цілісної політики управління прибутком підприємства;
- створення відповідних структур, які забезпечуватимуть прийняття та реалізацію управлінських рішень щодо формування та використання прибутку;
- здійснення аналізу щодо формування та використання прибутку;
- розробка системи методів щодо формування прибутку та його ефективного використання;
- здійснення оперативного контролю за прийняттям рішень щодо формування та використання прибутку.

З зазначеного можна зробити висновки, що отримання прибутку є основою діяльності підприємства, а показники прибутку є найважливішими для аналізу його фінансово-господарської діяльності.

Джерела

1. *Белінська С. М., Крисіна І. О.* Управління прибутком підприємства // *Ефективна економіка.* 2022. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2022/18.pdf (дата звернення: 05.03.2023).
2. *Бондаренко Н. С., Тюленева Ю. В.* Удосконалення управління прибутком на підприємстві // *Актуальні проблеми економіки та управління*: зб. наук. пр. молодих вчених. 2017. № 11. URL: https://ela.kpi.ua/handle/123456789/22587 (дата звернення: 04.03.2023).
3. *Поддєрьогін А. М., Білик М. Д.* Фінанси підприємств: підручник. Київ: КНЕУ, 2013. 219 с.

Науковий керівник: *Ю. М. Заволока, канд. екон. наук, доц.*

М. В. СЕРГА

ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Вибір методу визначення ефективності рекламних досить складний, оскільки

- немає єдиної та універсальної формули розрахунку;
- результати використання маркетингових комунікацій та результати використання інших заходів, які вживає підприємство дуже складно розділити;
- підвищення лояльності споживачів може бути спричинене не лише справжнім комплексом маркетингу, а й попередньою кампанією;
- ефективність маркетингових комунікацій щодо просування будь-якого товару, може бути обґрунтована використанням маркетингових кому-

нікацій щодо просування однорідного виду товару іншим підприємством;
- є ймовірність, що наконечний результат можуть вплинути на фактори, на які підприємство не може вплинути.

Але попри це, без оцінки ефективності підприємство зможе нормально функціонувати.

Комунікаційна ефективність.

Вона дозволяє встановити, наскільки ефективно конкретний вид комунікацій передає цільовій аудиторії необхідні відомості чи формує бажану для фірми точку зору. Комунікаційна ефективність рекламної чи іншої кампанії може бути визначена до, протягом та після її проведення. [1]

Для того щоб оцінити комунікаційну ефективність заходів можна провести тестування ринку до застосування розробленого комплексу. Можна виділити основні способи визначення комунікаційної ефективності:

- тести на запам'ятовування;
- тести на переконливість;
- підрахунок безпосереднього відгуку;
- комунікативні тести;
- покадрові тести;
- внутрішньоринкові тести.

Важливим поняттям визначення ефективності комунікацій є поняття спонукання. Воно багато в чому визначається мотиваційним впливом комунікації, що часто здійснюється на підсвідомому рівні, і це може стати інструментом маніпулювання поведінкою споживачів.

Видом дослідження у разі виступає неструктуроване інтерв'ювання. Але таке дослідження має дуже суб'єктивний характер, оскільки результати залежать від методу, особистості інтерв'юера і тлумачення результатів.

Крім цього важливе значення мають чисельні методи оцінки ефективності комплексу маркетингових комунікацій.

Оціночні методи покликані оцінити ефективність використовуваних комунікацій, з допомогою підприємство приймає рішення про доцільність використання тих чи інших компонентів маркетингових комунікацій.

1) прямий метод, ґрунтується на визначенні прямого впливу комунікації на споживачів, постачальників, експертів, співробітників фірми, випадкових осіб, державних службовців; у разі виявляється значимість комунікації шляхом опитувань чи тестування споживачів, встановлення її рейтингу у власних очах споживачів, бальної оцінки чи порівняння з аналогами;

2) непрямий, який ґрунтується на методах опитування, методах порівняння та розрахункових методах.

Опитувальний метод полягає у проведенні опитування та підрахунку тих, хто відгукнувся за допомогою телефону, електронної пошти тощо, а також відвідувачів організації. Кількість тих, хто відгукнувся за певний період часу, визначає ефективність комунікації.

Сенс порівняльного методу полягає у порівнянні результативності продажів залежно від використаних комунікацій, обсягу комунікацій та кількості

нових покупців; витрат на маркетингові комунікації та числа покупців; обсягу комунікацій, витрат за них та обсягу реалізації [2].

Маркетингові комунікації — це комплекс заходів, що сприяє донесенню інформації про товар цільової аудиторії. Маркетингові комунікації, що застосовуються на підприємствах оптової торгівлі, на відміну від роздрібної, перш за все націлені на професійний ринок збуту.

Джерела

1. *Войчак А. В.* Маркетингові дослідження: навч.-метод. посіб. для самостійного вивчення дисциплін. К.: КНЕУ, 2021. 119 с.
2. *Гаркавенко С. С.* Маркетинг: підручник. К.: Лібра, 2019. 712 с.

Науковий керівник: *В. В. Татарінов, канд. екон. наук, доц.*

Т. В. СИДОР
М. В. СІДНЕНКО
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ОРГАНІЗАЦІЯ ПРАЦІ ЯК ЕЛЕМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У даний час особливу увагу успішні компанії приділяють правильній організації праці кожного працівника.

Під організацією праці розуміється сукупність методів, заходів та форм для упорядкування діяльності, забезпечення розвитку підприємства. У це поняття входять трудова дисципліна, організація робочого місця, методи стимулювання трудовий активності. Ключову роль організації роботи грає оплата праці, тому заробітна плата вважається основною причиною та стимулом, що пов'язує людину із засобами виробництва та продуктивністю праці [1]. Заробітна плата є частиною суспільного продукту, яку працівнику виплачують залежно від кількості та якості виконаної роботи. На рівні підприємства організація праці оцінюється як система раціональної взаємодії працівників із засобами праці та між собою, заснована на певному порядку побудови та послідовності виконання трудового процесу, спрямована на отримання високих показників [2]. До основних елементів, які характеризують зміст організації праці, можна віднести: добір, підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації кадрів; безпечні умови та охорону праці; розподіл праці; кооперацію праці; організацію робочих місць; обґрунтовані норми витрат праці; дисципліну праці.

Сучасні керівники розуміють, що лояльні співробітники — це ті, хто отримує турботу та добробут від компанії, оскільки стан співробітника (психо-

логічний, фізичний та соціальний) безпосередньо впливає як на професійну діяльність, так і на результати функціонування компанії в цілому. Топові компанії та їхні керівники розуміють, що процвітання та розвиток залежать від благополуччя співробітників. Окупність кожного фахівця залежить від правильної організації праці персоналу на основі принципів раціональності та ефективності.

Раціональна організація праці на підприємстві зрештою спрямована на підвищення високих соціально-економічних результатів підприємства. Прийоми та методи праці, які використовуються на підприємстві, повинні відповідати вимогам раціональності. Вона виявляється у тому, що у процесі використання аналізованого методу чи прийому праці мають бути витрачені найменші тимчасові фізичні, психічні та енергетичні витрати. Це дозволить забезпечити високий рівень продуктивності праці та якості роботи, а також позначитися на ефективності використання сировини, матеріалів та обладнання у процесі праці.

Незважаючи на велику кількість різних видів підприємницької діяльності та відповідно до них великої різноманітності варіантів трудового процесу до організації робочих місць, на підприємствах вироблені єдині загальні вимоги, відповідно до яких робочі місця повинні відповідати технічним, організаційним та психофізіологічним вимогам. Наприклад, вимоги до освітлення робочих місць, їх оснащення, планування та обслуговування в базовому варіанті єдині для всіх підприємств незалежно від напрямків та виробничо-господарської діяльності.

Роль раціональної організації праці та відпочинку персоналу визначається впливом режиму праці робочого часу та часу відпочинку працівників на продуктивність та ефективність трудової діяльності. Планування використання робочого часу має відповідати вимогам чинного законодавства, особливо щодо забезпечення законодавчо встановлених умов та тривалості праці для жінок, молоді, літніх та осіб з обмеженими можливостями.

Важливим елементом організації праці є і дисципліна праці. Застосування міждисциплінарного підходу розширює уявлення про дисципліну праці, дозволяючи розглядати її у тому числі як елемент організації праці та фактор підвищення продуктивності трудової діяльності.

Пропонуємо такі напрями вдосконалення організації праці, створені задля підвищення ефективності професійної діяльності персоналу:

1. Використання дистанційного режиму роботи окремим співробітникам.
2. Оформлення місця відпочинку.
3. Введення регламентованих перерв для здійснення виробничої гімнастики.
4. Інтеграція відпустки та навчання персоналу.
5. Розробка та впровадження автоматизованої системи обробки ініціатив, що надходять від працівників.
6. Впровадження інноваційних HR-технологій у практику кадрової роботи.

Запропоновані заходи дозволять оптимізувати організацію праці на підприємстві, сформувати організацію праці відповідно до умов мінливого біз-

несу та вимог законодавства. У сучасних умовах, обираючи та реалізуючи комплексні заходи щодо організації праці, формуючи апарат управління персоналом, необхідно постійно пам'ятати, що основний ресурс компанії — це люди, для них дуже важлива увага та людське ставлення, тоді, як правило, співробітники виконують свою роботу сумлінно та якісно, виявляючи найбільшу лояльність до компанії, коли матеріальне стимулювання не стоїть на першому місці.

Джерела

1. *Сьомченко В. В., Засипко К. О.* Заробітна плата як соціально-економічна категорія // *Вісник Запорізького нац. ун-ту*. 2016. № 1(29). С. 121–127.
2. *Кожемяченко О. О.* Організація виробництва: навч. посіб. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 233 с.

М. В. СІДНЕНКО

ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

НАЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІЧНА ДИПЛОМАТІЯ ЯК ОСНОВА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

Нині економічна дипломатія є одним із найважливіших аспектів зовнішньополітичної та зовнішньоекономічної діяльності будь-якої держави, покликаної вибудовувати міжнародні відносини на тлі політичного діалогу та просувати національні економічні інтереси, розширювати та диверсифікувати торговельно-економічні зв'язки.

Економічна дипломатія передбачає дипломатичні зусилля, зосереджені на просуванні економічних інтересів країни на міжнародному рівні. Економічна дипломатія тісно пов'язана з глобалізаційними процесами, що відбуваються у сучасному світі, сприяє економічній співпраці між країнами, активній участі в інтеграційних об'єднаннях. Економічні, торгові, митні спілки є локомотивами глобалізації. Політика та економіка давно вже стали взаємодоповнюваними елементами зовнішньої політики держави. Раціональне використання важелів та механізмів економічної дипломатії є активом політичної, економічної, соціальної, військової могутності країни, що життєво необхідно для повноцінного функціонування держави. Здатність адекватного реагування на різко мінливу картину у зовнішній політиці та світовій економіці стає визначальним фактором у подальшому розвитку держави, соціальній стабільності та благополуччі громадян.

В умовах глобальних змін деякі національні економіки зберігають прагнення домінувати, використовувати комплекс різних теоретичних та практичних установок, пов'язаних з лібералізацією економіки, відкритістю ринків,

рівноправністю економічних агентів, водночас для України актуальним залишається питання підтримки економічної стабільності, пошук нових торгових партнерів, інвестиційна привабливість держави. Характерною особливістю зовнішньої політики України є послідовність та системність, в основі яких закладено збереження національного суверенітету, проведення євроінтеграційної політики з опорою на національні інтереси в умовах економічних реалій.

Економічна дипломатія має реально оцінювати власні можливості та виробляти методи найбільш вигідної подачі та використання наявних об'єктивних конкурентних переваг. У цьому контексті дуже важливо висувати перед економічною дипломатією науково обґрунтовані, а не уявні цілі — останні можуть призводити зрештою до непоправних втрат. Важливо також з випередженням реагувати на можливі події, які можуть створювати загрози для реалізації національних економічних інтересів ззовні.

Експорт залишається одним із основних двигунів економіки України. Дипломатична служба країни допомагає не лише консолідувати та підтримувати досягнення експортерів на традиційних для нашої країни ринках, а й відчиняє двері на нові перспективні ринки. Експорт, інвестиції, просування туризму, реалізація інших економічних інтересів є невід'ємною частиною програм візитів вищих державних чиновників. За участю в організації офіційних візитів Міністерство закордонних справ, дипломатичні представництва та консульські установи повинні враховувати ділові інтереси інших установ, залучених до економічної дипломатії.

Отже, економічну дипломатію доцільно виділити як один із інструментів зовнішньої політики разом із іншими інструментами. В останні роки вивчення економічної дипломатії виходить за межі традиційного кола позначених тем зовнішньоекономічної політики та формує велику кількість питань, що вивчали раніше сферу внутрішньоекономічної політики. Економічна дипломатія вимагає особливого вміння та здібностей від осіб, які її здійснюють. Тут насамперед слід виявити пріоритети, які ставлять національні інтереси. У цьому плані дуже важливим є і економічний, і політичний, і соціально-культурний контекст спільності інтересів.

Національні економіки стають більш відкритими, залученими до міжнародного простору. Предметом для вивчення економічної дипломатії стала торгівля не лише товарами, а й послугами, рух фінансових потоків, інтелектуальна власність, участь одних країн у державних закупівлях інших країн, гармонізація стандартів, регулювання викидів шкідливих виділень в атмосферу, застосування отруйних та радіоактивних речовин на планеті. Вищезазначені питання обговорюються в ході двосторонніх, багатосторонніх, регіональних та глобальних переговорів, що призводить до певного зростання ролі економічної дипломатії на сучасному етапі.

Джерела

1. *Барановська В. М.* Роль економічної дипломатії у зовнішньоекономічній діяльності країни // *Економіка та держава*. 2012. № 2. С. 24–25.

2. *Шаров О. М.* Економічна дипломатія: основи, проблеми та перспективи: монографія. Національний інститут стратегічних досліджень. Київ: НІСД, 2019. 560 с.

В. Л. СКОРОХОД
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

РОЛЬ ПЛАНУВАННЯ ВИРОБНИЦТВА НА ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВАХ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Планування є одним із інструментів прийняття управлінських рішень: постановка цілей та завдань, розподіл ресурсів, завдання стандартів діяльності у певному періоді часу.

Для підприємства загалом це спосіб досягнення бажаного становища на ринку, що визначає бажані показники обсягів продаж, прибутку, займаної частки ринку. Для структурних підрозділів та окремих співробітників планування забезпечує узгодженість дій під час вирішення поставлених їм завдань. У створенні та виконанні планів відображається вся діяльність підприємства: від вибору напрямків розвитку при бізнес-плануванні до виконання прийнятих рішень.

Так, на основі бізнес-планів забезпечується координація маркетингових, виробничих та фінансових планів, які приймаються на коротко- та середньострокову перспективу. Подальша їх деталізація під час оперативного планування дозволяє визначити конкретні терміни виконання окремих операцій.

Метою безпосередньо виробничого планування є забезпечення випуску продукції відповідно до планів на її реалізацію.

У виконавчому розумінні процес планування полягає у складанні спеціальних документів — планів. Ми розглядаємо питання створення та використання об'ємно-календарних та оперативних календарних планів виробництва. Розглянемо основні принципи планування та диспетчеризації виробництва на прикладі матеріального випуску продукції в рамках машинобудівного виробництва та металообробки.

Основні завдання, які вирішуються в ході планування для забезпечення ефективного процесу виробництва:

- управління структурою та обсягами випуску продукції;
- вибір параметрів виробництва (пріоритет випуску продукції, обсяги партій запуску деталей у виробництво, графік виробництва тощо);
- оцінка здійсненності планів виробництва за доступністю основних ресурсів (матеріальні ресурси, обладнання, кваліфікований персонал) [1].

Планування спрямоване на досягнення об'ємних (кількість та склад продукції) та часових (терміни виготовлення) показників виробничої програми

підприємства. Функції планування виробництва можуть бути розподілені за кількома рівнями управління, ними послідовно деталізується інформація про дії, які слід зробити випуску продукції встановлені терміни.

Якість виробничого планування визначається такими критеріями:

- дотримання необхідних термінів відвантаження продукції — повинні бути виконані зобов'язання підприємства за термінами та обсягом відвантаження продукції замовникам;
- раціональне використання наявних у підприємства виробничих потужностей — необхідно забезпечити найменш витратне виробництво продукції;
- оптимізація витрат за забезпечення виконання виробничих процесів — необхідно знизити витрати невиробничого характеру. У межах підрозділів задля забезпечення випуску виробів формуються індивідуальні плани виконавцям. На кожному рівні управління планування ведеться з різною точністю за часом виконання: від термінів випуску продукції до формування календарного (змінного, часового) плану виконання окремих технологічних операцій [2].

У межах об'ємно-календарного планування складається виробнича програма підприємства. Вона відображає бажаний у аналізованому періоді часу асортимент і обсяги випуску виробів (зазвичай, у натуральних одиницях й у вартісному вираженні). Запланований період для виробничої програми визначається з урахуванням середньої тривалості виробничих циклів випуску продукції. Виробнича програма може бути основою складання календарного міжцехового графіка виробництва.

У межах міжцехового графіку виробництва кожного підрозділу визначаються індивідуальні плани випуск виробів і виконання робіт.

У рамках планованого періоду плани підрозділам можуть складатися на більш короткі інтервали: від дня до одного місяця. Така деталізація дозволяє більш чітко оцінити часові рамки потреб підрозділів у ресурсах, необхідні для випуску продукції.

У межах інтервалів, на які розбивається період планування, підрозділи самостійно приймають рішення про організацію робіт, формують індивідуальні плани для робітників з точністю до виконання операцій. Вирішення питань "на місцях" дозволяє найповніше врахувати технологічні особливості виробництва у кожному цеху, використовувати індивідуальні варіанти оптимізації виконання виробничих процесів.

Джерела

1. *Заіка Ю. А.* Концептуальна модель управління економічною поведінкою промислового підприємства // *Економічний простір*. 2016. № 113. С. 136–146.
2. *Домаскіна М. М. А., Кришталь Р. Б.* Методи прогнозування збуту продукції як фактор економічної безпеки підприємства // *Науковий вісник Миколаївського нац. ун-ту ім. В. О. Сухомлинського. Економічні науки*. 2017. № 2. С. 78–82.

Науковий керівник: *В. В. Татарінов, канд. екон. наук, доц.*

І. С. СМІШКО
студентка 4 курсу,
Навчально-науковий інститут управління, економіки та бізнесу,
Міжрегіональна Академія управління персоналом

М. М. КРИВОБЕРЕЦЬ
канд. екон. наук, доц.,
Міжрегіональна Академія управління персоналом

ПЕРЕСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РУМУНІЇ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

В останні роки в галузі туризму серед країн Центральної і Східної Європи особливе місце посідає Румунія. В країні розвиток туризму стримується певною політичною та економічною нестабільністю, що негативно впливає на її туристичний імідж. Розуміючи роль туризму у житті Румунії, державна політика країни спрямовується на реформування національних туристичних компаній, а також на розбудову і реконструкцію туристичної інфраструктури за стандартами, рекомендованими Всесвітньою туристичною організацією (ЮН ВТО). З цією метою за останні два роки інвестиції в туризм склали близько 20 мільйонів євро. В основному ці кошти спрямовані на просування іміджу країни та туристичну рекламу. Проте, статистика свідчить, що бажаних результатів не досягнуто. За статистичними даними в перші три місяці 2022 року туристичний потік у цю країну, всупереч очікуванням, скоротився на 3,2 % у порівнянні з аналогічним періодом минулого року. На думку експертів, однією з причин цього є невірна тактика просування іміджу країни. Зокрема, пріоритетна увага приділялася рекламі туристичних можливостей Румунії лише в країнах Північної Америки, у той час як традиційними для неї туристами залишаються жителі європейських країн. Згідно зі статистичними даними, серед іноземців, що відвідали Румунію у 2022 році, лідирують угорці (37,6 %), болгари (21 %) та італійці (8,5 %) [3]. Іншими причинами зазначених недоліків у розвитку туризму Румунії є недостатній рівень вивченості рекреаційно-туристичних ресурсів регіонів країни, відсутність об'єктивної їх оцінки та обліку наявної готельної інфраструктури. Зазначене й визначило проблему дослідження в даній статті. Отже, вивчення рекреаційно-туристичних ресурсів Румунії є актуальною проблемою дослідження туризму в Карпатському Єврорегіоні [4]. Кліматичні ресурси Румунії сприяють організації різних видів рекреації. На території Румунії переважає помірно-континентальний клімат. Східні, Південні й Румунські гірські хребти Карпат розподіляють температури й опади між окремими частинами Румунії і, у першу чергу, між рівнинами й Карпатською гірською системою. Для гірських районів характерні тривалі сніжні зими. Сніг у Карпатах лежить з

грудня по квітень. Влітку в горах прохолодно, що приваблює туристів в гори для здійснення нетривалих туристичних походів [5]. Особливості рельєфу та клімату Румунії відповідають вимогам створення гірськокліматичних курортів, окремі з яких вже нині діють, а інші варто розглядати як потенційні території рекреаційнотуристичного освоєння. Цьому також сприяють розташування Карпатських гір у центрі Європи і наявність розгалуженої транспортної системи [7]. Завдяки гірському рельєфу сформувалися такі туристичні центри зимового і літнього відпочинку як Пояна Брашов, Предял, Сіная, Буштень, Ватра Дорней. Цікавими для туристів є також курорти Арієшень, Семенік, Бокша та Могоша. Гірськолижний сезон у Румунії триває з грудня до середини квітня. Для туристів привабливість цих гір полягає в доступності лижних і санних трас, які обладнані розвинутою інфраструктурою. Зазначемо, що надійне катання протягом тривалого періоду, забезпечує наявність сніжних гармат. Крім того, для початківців на всіх курортах відкриті гірськолижні школи і пункти прокату інвентарю. Гірськолижні траси Румунії розташовані вздовж гірської осі найвідоміших гірськолижних центрів Румунії Сіная, Буштені, Предял, Пояна Брашов, Азуга.

Румунія забезпечена найрізноманітнішими рекреаційно-туристичними ресурсами, які приваблюють тисячі туристів. Вони пов'язані передусім із курортними зонами на узбережжі Чорного моря, привабливими гірськолижними курортами Карпат, значними запасами мінеральних вод [2]. Територія Румунії надзвичайно насичена суспільно-історичними об'єктами туристичного показу, проте, кількість відвідувачів залишається незначним, що обумовлено недостатнім рівнем розвитку туристичної інфраструктури [1]. Туристичні підприємства Румунії можуть рівноцінно конкурувати на рекреаційно-оздоровчому, пізнавальному сегментах світового ринку (відрізняючись лише за рівнем якості послуг та доступності турпродуктів). Інноваційним турпродуктом у країні в подальшому може стати зелений (сільський) туризм [6].

Джерела

1. *Киричук К*. Медичний туризм Румунії набирає популярність // *Турбизнес*. № 9. 2009. С. 11–14.
2. http://geo.chnu.edu.ua
3. http://www.business.ua
4. http://www.tourua.com
5. http://www.tourua.com
6. http://www.tourua.com
7. http://www.ukrinform.ua

П. І. СОКУРЕНКО
канд. екон. наук, доц.,
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

МЕХАНІЗМИ ТА ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Сутність стратегії управління експортним потенціалом підприємства доцільно розглядати з позицій системно-цільового підходу, тобто ключовим аспектом визначення вважати мету експортної діяльності, а обов'язковими умовами її досягнення називати взаємодію усіх підрозділів підприємства.

Метою першого етапу розробки програми є визначення ступеня пріоритетності розвитку зовнішньої торгівлі в системі виробничо-комерційної діяльності підприємства та її перспектив, сильних і слабких сторін організації та управління зовнішньоекономічної діяльності та їх вплив на конкурентоспроможність продукції, ефективність експортних операцій та використання ресурсів підприємства[2, с. 93].

Результати реалізації першого етапу в формалізованому вигляді представляють собою карту переваг і недоліків, виявлених у всіх організаційно-економічних аспектах експортної діяльності, із зазначенням причин їх виникнення, а також аналіз показників конкурентоспроможності продукції.

На основі інформації та результатів аналізу, на другому етапі визначаються основні напрямки розвитку і підвищення ефективності експортної діяльності підприємства індивідуально для кожного цільового ринку і виду продукції.

На третьому етапі, беручи до уваги що на організацію і управління експортною діяльністю накладаються ресурсні, інформаційні, нормативні та планово-директивні обмеження, відбувається відбір заходів, які відповідають цим критеріям, і виявлення альтернативних шляхів їх реалізації.

Проведення комплексу робіт четвертого етапу процесу розробки програми має на меті оцінити витрати і результати пов'язані з здійсненням альтернативних шляхів реалізації заходів і внесок останніх в підвищення ефективності експортної діяльності підприємства. Після закінчення цього етапу повинен бути складений перелік заходів з найбільшим прогнозованим ефектом і мінімальними витратами.

Так як результативність заходів залежить від багатьох зовнішніх факторів, що не піддаються попередній оцінці, то існує певна ймовірність недосягнення запланованої ефективності експортної діяльності і ризик виникнення пов'язаних з цим втрат.

Тому на п'ятому етапі оцінюються заходи за величиною супутнього ризику і проводиться відбір оптимальних по поєднанню факторів.

Механізм управління експортним потенціалом включає такі процедури [3, с. 87]:

1. Визначення типу експортного ринку (освоєний чи перспективний) на підставі внутрішніх документів підприємства.

2. Визначення типу експортного товару (існуючий чи новий).

3. Формулювання експортних цілей. Формування цілей для різних типів ринків та товарів матиме свої особливості.

У разі освоєних експортних ринків та існуючих товарів формулювання експортних цілей має кількісний характер. Вони можуть бути представлені як у натуральному (ємність ринку, кількість товару тощо), так і в грошах.

Для інших напрямів формулювання експортних цілей має якісний характер і передбачає бажання підприємства зробити переходи від перспективних ринків до освоєних, від нових товарів до існуючих.

4. Реалізація процедури першого етапу управління експортним потенціалом: "формування експортного потенціалу". Етап формування експортного потенціалу діє по всім напрямів, крім, "освоєний ринок – існуючий товар". Цей етап є якісним, оскільки реалізації його процедур використовуються переважно якісні методи аналізу. Мета етапу — забезпечити інформаційну базу для управління реалізацією експортного потенціалу (другий етап).

Методика комплексної оцінки експортного потенціалу підприємства передбачає послідовне проходження кількох етапів [3, с. 86]:

- визначення цілей та завдань оцінки локального експортного потенціалу;
- виявлення основних елементів експортного потенціалу;
- визначення показників оцінки елементів експортного потенціалу та його розрахунок;
- побудова схеми формування експортного потенціалу;
- визначення узагальнюючого показника експортного потенціалу.

Етап 1. Основною метою оцінки експортного потенціалу є виявлення можливостей розвитку експортного виробництва та експортної діяльності підприємства.

Оцінка експортного потенціалу має такі завдання:

- виявлення конкретних можливостей експортного виробництва та експортної діяльності підприємства;
- виявлення конкретних завдань експортної діяльності;
- визначення вузьких місць експортного потенціалу;
- визначення найефективніших форм експорту.

Етап 2. Проведене теоретичне дослідження змісту експортного потенціалу та визначення його структури дозволяє нам виділити чотири основні складові для його оцінки:

- потенціал конкурентоспроможності;
- потенціал експортної діяльності;
- виробничий потенціал;
- фінансовий потенціал.

Етап 3. Кожен із виділених елементів експортного потенціалу передбачає визначення групи показників, які найповніше характеризували його.

Потенціал експортної діяльності визначається методом експертних оцінок та передбачає оцінку ступеня привабливості експортних ринків, ступеня

розвиненості системи стимулювання збуту, а також визначення ефективності експорту.

Етап 4. Після сепаратного аналізу елементів експортного потенціалу на четвертому етапі необхідно об'єднати їх у єдину схеми формування експортного потенціалу.

Етап 5. Розраховується коефіцієнт експортного потенціалу.

Це дозволить кількісно обґрунтовувати управлінські рішення, знизить витрати на проведення додаткових досліджень та значно зменшить ризик під час здійснення експортної діяльності.

До найбільш значущих системних принципів управління розвитком експортного потенціалу підприємства відносяться [1, с. 342]:

- принцип інтегрованості, що обумовлює значну кість потреба органічного поєднання даного виду управління з загальною системою менеджменту підприємства;
- принцип комплексності, який передбачає розробку взаємопов'язаних управлінських рішень, кожне з яких надає прямий або опосередкований вплив на кінцевий результат розвитку експортного потенціалу підприємства;
- принцип адекватності, що передбачає врахування внутрішніх і зовнішніх умов формування і розвитку експортного потенціалу підприємства;
- принцип гармонізації, що вимагає дотримання національного і міжнародного режимів регулювання експортної діяльності і розвитку експортного потенціалу підприємства;
- принцип ефективності, сутність якого полягає в максимально можливому рівнів використання експортного потенціалу підприємства та мінімізації ризиків його відтворення.

До найбільш значущих специфічних принципах управління розвитком експортного потенціалу підприємства відносяться:

- принцип цілеспрямованості, який вимагає врахування стратегічного контексту розвитку експортного потенціалу підприємства;
- принцип послідовності, який передбачає рішення проблем розвитку експортного потенціалу підприємства з урахуванням ступенем їх важливості і впливу на рівень міжнародної конкурентоспроможності підприємства;
- принцип оперативності, який передбачає швидке реагування на зміни середовища в розробці і реалізації сучасних управлінських рішень;
- принцип гнучкості (варіативності), який передбачає коригування змісту і методів управління на окремих етапах процесу управління з метою його ефективної адаптації до змін внутрішньої і зовнішнього середовища.

Джерела

1. *Бондар Ю. А., Легінькова Н. І., Фабрика І. В.* "Стратегічне управління експортним потенціалом підприємств", Інституціалізація як фактор забезпечення роз-

витку системи інвестиційно-інноваційної безпеки України: кол. монографія. Запоріжжя, Україна: Вид. дім "Гельветика", 2019. С. 335–350.
2. *Фабрика І. В.* Управління експортним потенціалом підприємств машинобудівної галузі: дис. ... канд. наук. Кривий Ріг, 2018, 294 с.
3. *Шелест Є. О.* Організаційні основи реалізації механізму формування та використання експортного потенціалу машинобудівних підприємств [Електронний ресурс] // *Інноваційна економіка*. 2013. № 7. С. 85–88. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_7_22

Я. О. СОРОКОЛАТ
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ОЦІНКА ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах розвитку зовнішньоторговельних відносин і посилення конкуренції на міжнародних ринках грамотне та ефективне використання експортного потенціалу забезпечить базу для сталого розвитку підприємства.

Експортна діяльність стимулює приплив іноземної валюти, що вигідно як для підприємства, так і для держави. Удосконалення виробництва сприяє зростанню конкурентоспроможності. За рахунок експорту забезпечується поліпшення показників ефективності діяльності підприємства [3].

Оцінити зовнішньоекономічну діяльність підприємства можна через його експортний потенціал, який дозволяє визначити перспективу зростання зовнішньої торгівлі, ефективність участі підприємства в міжнародному поділі праці. Загалом, експортний потенціал підприємства можна визначити як сукупність наявних у нього ресурсів і можливостей для виробництва конкурентоспроможної продукції, її реалізації та обслуговування на зовнішніх ринках як в короткостроковому, так і довгостроковому періоді.

Підвищити експортний потенціал підприємства можна збільшивши обсяг виробництва і поставок продукції, знизивши витрати виробництва, а також, організувавши в країні-споживачі сервісне післяпродажне обслуговування.

З метою отримання оцінки експортного потенціалу підприємства вдаються до експертних методів аналізу, які представляють собою залучення фахівців для дослідження проблеми.

Основна мета проведення експертних оцінок — прогнозування можливого перебігу подій в майбутньому, виявлення умов і факторів, що сприяють виходу підприємства на зовнішні ринки.

Для визначення експортного потенціалу використовується багатофакторна оцінка, яка включає в себе наступні етапи [1]:

1. Експертна оцінка можливостей підприємства на основі відповідних показників і результатів анкетування;
2. Аналітична оцінка експортного потенціалу підприємства;

3. Формування системи оцінки для прийняття управлінських рішень;
4. Зіставлення результатів дослідження підприємств і думок експертів.

Перший етап включає в себе оцінку поточних показників підприємства та масове опитування співробітників підприємства для отримання актуальної інформації і виявлення внутрішніх і зовнішніх чинників, що перешкоджають виведенню продукції підприємства на експортний ринок, а також інформацію, що включає оцінку планів компанії щодо експортної діяльності.

Другий етап передбачає аналіз експортного потенціалу за допомогою сукупності показників, таких як [2]:

1. Ефективність виробництва експортної продукції (відношення вартості експортної продукції у внутрішніх цінах до собівартості)
2. Частка інноваційної продукції (відношення кількості інноваційної продукції до загальної кількості продукції)
3. Мобільний сайт експортної продукції (відношення прибутку від продажу експортної продукції до витрат на виробництво)
4. Питома вага прибутку від експорту (відношення прибутку від реалізації експортної продукції до загального прибутку підприємства)
5. Рентабельність експортних продажів (відношення прибутку від експорту продукції до виручки від реалізації продукції на експорт).

Третій етап представляє собою реалізацію інформаційно-аналітичної системи, що містить в собі актуальну і архівну інформацію і забезпечує аналіз ефективності прийнятих рішень.

Четвертий етап включає в себе аналіз експортного потенціалу групою експертів. На основі зіставлення думок експертів формуються висновки і виявляються результати оцінки експортного потенціалу. Даний спосіб оцінки експортного потенціалу дозволяє об’єктивно оцінити поточний стан організації, виявити фактори, що стримують конкурентоспроможність підприємства, позначити шляхи вирішення поточних проблем, що дозволить збільшити ефективність реалізації продукції на внутрішньому ринку, дасть можливість виходу на зовнішній ринок, створить можливості залучення інвестицій і капіталу.

Таким чином, на основі багатофакторної оцінки експортного потенціалу організації можуть бути сформульовані всі проблеми, що вимагають уваги, для виходу компанії на міжнародний ринок.

Джерела

1. *Дугінець Г. В., Кучерявенко Г. В.* Показники оцінки рівня розвитку експортного потенціалу підприємства // *Економічний простір*. 2012. № 68. С. 68–73.
2. *Полякова Ю*. Інноваційний компонент експортної діяльності // *Підприємництво та інновації*. 2020. (11-1), С. 32–36. doi.org/10.37320/2415-3583/11.5

Науковий керівник: *М. В. Сідненко, старший викладач*

Я. В. СТАРУЩЕНКО
аспірант

СИСТЕМА КУЛЬТУРНИХ ПРАВ І СВОБОД ГРОМАДЯН ЯК ОСНОВА ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ

Організація Об'єднаних Націй (далі — ООН) визначає права людини як універсальні юридичні гарантії захисту людей та їх груп вчинків і бездіяльності, які обмежують основні свободи, права та применшують людську гідність [4].

Права людини притаманні всім людям і ґрунтуються на повазі гідності та цінності кожної людини. Права людини закріплені Загальною декларацією прав людини та кодифіковані в різних міжнародних договорах з прав людини, ратифікованих державами та інших документах. Доречно зазначити, про те, що права та свободи людини виявляються лише у відносинах між людиною та державою. Це так званий "вертикальний" ефект таких законів.

Сьогодні, коли відбувається обговорення прав людини, обмежуються відносинами між людиною і державою. Звичайно, сімейне життя, кохання, дружба та сусідські стосунки є джерелом багатьох прав та обов'язків, але вони не є частиною прав людини. Більшість пострадянських вчених визначають політику держави в галузі прав людини в строгому сенсі, в тому числі соціально-гуманітарному [1].

Доцільно зауважити, що у Основному Законі України у ст. 3 зазначено, що людина, її життя та здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека визнаються в Україні як найвища суспільна цінність [2].

Права і свободи людини та їх гарантії визначають зміст та напрямок діяльності держави. Держава несе відповідальність перед особою за свої дії. Встановлення та захист прав і свобод людини головний обов'язок держави.

Беручи до уваги вищесказане, можна констатувати наступне: Державна політика у сфері прав людини це свідома дія/бездіяльність органів державної влади щодо гарантування та захисту прав людини та основних свобод.

Під гарантуючими правами та свободами людини з боку виконавчої влади, слід розуміти процес виконання державою своїх позитивних зобов'язань, створюючи необхідні умови для реалізації прав людини. Державні органи є основою гарантування конституційних прав і свобод громадян. Визнання обов'язку держави "не знімає питання про вдосконалення процедур та механізмів, спрямованих на захист прав і свобод громадян, створення розробленої системи гарантій, за допомогою яких це завдання буде здійснено".

Варто наголосити, що у сучасних умовах низка конституційних прав та свобод залишається декларативною або не реалізується, тому існування належного функціонування механізму є важливим. На цій основі розробка наукової моделі механізму гарантування реалізації прав та свобод у контексті досліджень державного управління набуває особливого значення. Вели-

ка кількість скарг до Європейського суду з прав людини, де Україна займає друге місце (18 700 скарг або 20 % від загальної кількості скарг, поданих до суду), свідчить про неефективність державної політики з прав людини.

Необхідність впровадження нових підходів до формування державної політики у сфері прав людини стала поштовхом до спільної роботи органів державної влади та організацій громадянського суспільства в унікальній концепції у 2014 р. Системні проблеми гарантування та реалізації прав людини та основних свобод, відсутність або неефективність механізмів їх захисту внаслідок щорічних звітів Уповноваженого з прав людини Парламенту України, Організації з прав людини України, рекомендацій ООН, Ради Європи, Організації з безпеки та співробітництва в Європі та іншими міжнародними організаціями, рішеннями Європейського суду з прав людини та в контексті імплементації Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, а також останніми подіями в Україні, розробкою Національної програми з прав людини. Стратегія прав людини, затверджена Указом Президента від 25 серпня 2015 р. № 501/2015 (далі — Стратегія). Метою Стратегії є забезпечення пріоритету прав і свобод людини як ключового чинника у формуванні державної політики, прийнятті рішень державними органами та органами місцевого самоврядування.

Стратегія охоплює 25 сфер прав людини. Це генеральні дирекції, які можна об'єднати у блоки: особисті (громадянські права); політичні права; соціально-економічні та інші права; запобігання та боротьба з дискримінацією, гендерна рівність та блок конкретних прав, пов'язаних з "новими викликами", які з'явилися в країні у 2014 році: гарантування прав учасників антитерористичної операції; захист прав внутрішньо переміщених осіб; звільнення заручників та відновлення їхніх прав; вживати необхідних заходів для захисту прав осіб, які проживають на тимчасово окупованій території України; гарантувати права громадян України, які проживають у населених пунктах Донецької та Луганської областей, де органи державної влади тимчасово не виконують або не повністю виконують свої повноваження; гарантувати права біженців та осіб, які потребують додаткового захисту, а також іноземців та осіб без громадянства, які легально проживають в Україні. Наказом Кабінету Міністрів України було створено План дій щодо реалізації Національної стратегії прав людини до 2020 року.[5].

Ефективність державної політики залежить від наявності системи відповідних та ефективних механізмів, в тому числі за допомогою інституційної підтримки. Стаття 116 Конституції України встановлює, що Кабінет Міністрів України здійснює діяльність по забезпеченню прав і свобод людини і громадянина, управляє і координує діяльність міністерств та інших органів виконавчої влади, а також контролює їх діяльність.

Отже, стан забезпечення конституційних прав і свобод залежить від ефективності Кабінету Міністрів України, а ефективність цієї дії залежить від наявності реального механізму їх реалізації.

Відповідно до Стратегії реформування державного управління України на 2016–2020 роки в Міністерстві юстиції України створено новий структур-

ний підрозділ: Управління з прав людини, доступу до правосуддя та правової обізнаності. Управління займається формуванням, аналізом і контролем державної політики в галузі прав людини, включаючи: розробку державної політики в сфері захисту прав людини; розробляє методологію моніторингу реалізації Стратегії; співпрацює з громадянським суспільством; оцінює і аналізує ефективність стратегії; виявляє проблеми в області захисту прав людини; консультується з зацікавленими сторонами з питань прав людини[3].

Можна додати, що знань і ресурсного потенціалу Управління недостатньо для формування політики у сфері якості прав людини, оскільки це має на увазі виявлення проблем з правами людини, їх аналіз і розробку механізмів їх вирішення. Управління може бути координуючою ланкою між центральними органами виконавчої влади, але не єдиним структурним підрозділом органу, відповідального за формування державної політики в галузі прав людини.

Таким чином, знання і ресурсного потенціалу Управління недостатньо для формування політики у сфері якості прав людини, оскільки це має на увазі виявлення проблем з правами людини, їх аналіз і розробку механізмів їх вирішення. Управління може бути координуючою ланкою між центральними органами виконавчої влади, але не єдиним структурним підрозділом органу, відповідального за формування державної політики в галузі прав людини.

Варто констатувати, що зазначений механізм дозволить консолідувати всі ресурси, залучити експертно-аналітичний потенціал організацій громадянського суспільства та узгодити всі позиції центральних органів виконавчої влади щодо формування державної політики в різних областях прав людини.

Джерела

1. Історія ідеї прав людини. Теорія трьох поколінь прав людини URL: http://politics.ellib.org.ua/pages-1602.html
2. Конституція України від 28 червня 1996 р. № 254к/96-ВР. URL: https://ips.ligazakon.net/document/Z960254K
3. Про затвердження плану дій з реалізації Національної стратегії у сфері прав людини на 2021–2023 роки. Постанова Кабінету Міністрів України від 23 червня 2021 р. № 756-р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/756-2021-%D1%80
4. Статут Організації Об'єднаних Націй. United Nations information centres. URL: https://unic.un.org/
5. Стратегія Реформування державного Управління України. URL: https://www.kmu.gov.ua/stora1ge/app/sites/1/reform%20office/01_strategy_ukr.pdf

П. А. СТЕГНІЙ

канд. іст. наук, доц.,
Придніпровський інститут ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

ПСИХІЧНИЙ ОБ’ЄКТ ЯК ВИД ПСИХІЧНИХ ЯВИЩ

Вітчизняна психологія пропонує розподіл психічних явищ на три види: психічні процеси, психічні стани та психічні властивості [1].

На нашу думку, є достатні підстави для того, щоб доповнити цей перелік ще одним видом — психічним об’єктом.

Наш інтелект у процесі еволюції почав доволі потужно перетворювати інформацію, яку отримує з органів чуття.

На певному етапі у нього з’явилася можливість не тільки відображати об’єктивну реальність загалом та окремі об’єкти в ній, але й самостійно створювати у суб'єктивній реальності об’єкти, яких немає і не може бути в об’єктивній реальності.

Процес створення психічного об’єкту пов’язаний з процесом “відриву” образу, що є відображенням від образу, який існує незалежно від процесу відображення та може бути абсолютно не схожим на все, що відображається зараз або відображалось колись.

Вказаний “відрив починається з пам’яті, яка зберігає у суб’єктивній реальності те, що вже зникло в об’єктивній реальності. Ми згадуємо, як виглядав батьківський будинок, якого вже давно існує, батьків, які, на жаль, вже “пішли в кращий світ”, дівчину, яка вже стала літньою жінкою і таке інше.

Пам’ять — це в якомусь сенсі скарбничка “відбитків” того, чого вже немає в об’єктивній реальності. Тобто, це вже не відображення, а щось принципово інше. Те, що існує в особливій суб’єктивній формі, пле при цьому займає дуже важливе місце в суб’єктивній реальності кожної людини.

Проте пам’ять лише починає процес відриву від відображення об’єктивної реальності і створення психічного об’єкту, як психічного явища. Адже, крім пам’яті людина має ще й уяву. Уява — це здатність, яка дозволяє людині, як мінімум, вносити суттєві корективи у процесс відображення. Але при потужній уяві є об’єкти, які буквально створюється нею. І при цьому набувають здатності повністю відірватися від відораження, від відчуттів та сприйняття.

Після того, як психічний об’єкт виник, він може продовжувати існувати абсолютно автономно від сенсорних систем та сприйняття інформації з об’єктивного світу.

Зробимо крок далі і врахуємо, що уява не тільки коригує відображення об’єкта в реальному світі, але й здатна створити те, чого ніколи не було та й не могло бути в об’єктивному світі. Найпростіший приклад — божества, міфологічні істоти, персонажі творів мистецтва.

Їх немає і не може бути в об'єктивній реальності, проте вони існують. Суб'єктивно. Але в суб'єктивному світі багатьох людей. І існують вельми стійко. І при цьому дуже впливають на життя людей.

І якщо подивитися на це питання ширше, то все, що зараз мене оточує (комп'ютер, меблі, будинок, книги тощо) спочатку виникло і тривалий час існувало лише суб'єктивної реальності. Вся техніка, наука, знання, цивілізація — те, що спочатку народилося тривалий час існувало лише суб'єктивної дійсності і був відбитком, а чимось принципово іншим.

Так, знання — це форма відображення, але формул, понять, переконань і цінностей та інших подібних об'єктів немає в об'єктивному світі у вигляді об'єктів.

Отже, психічних об'єктів у суб'єктивному світі звичайної людини велика кількість. Але головне, що у мислячої творчої істоти, якою потенційно є кожен представник біологічного виду Хомо Сапієнс, психічні об'єкти відіграють ключову роль в її житті.

Адже саме людина здатна створювати те, чого не існує в природі. Наприклад, знаряддя праці. Або не може існувати в природі, як, наприклад, психічний об'єкт під умовною назвою "Бог".

На нашу думку, сукупність психічних об'єктів, відстежена в своїй суб'єктивній реальності першими філософами, привела до виникнення ідеалізму та ще одного психічного об'єкту — ідеального світу, світу ідей. Наприклад такого, як у давньогрецького філософа Платона.

Тому ми пропонуємо ці продукти діяльності інтелекту, пам'яті та уяви називати "психічними об'єктами". Але найголовніше — ми впевнені, що психічні об'єкти повинні розглядатися як ключовий вид психічних явищ.

На нашу думку, уявлення про психічний об'єкт перегукується з уявленнями про стимул-засіб або знак у Л. В. Виготського [2].

Навіщо це потрібно? Справа в тому, що психічні об'єкти за своїми властивостями дуже відрізняються від тих, що існують у об'єктивному фізичному світі. І при цьому вони мають властивість потужно впливати на поведінку людей.

Людям інтелектуальним і схильним переважно перебувати в суб'єктивному світі (інтроверти) буквально здається, що психічні об'єкти є первинними і можуть існувати поза часом і простором.

Так багато інтелектуальних людей легко оперують поняттям "нескінченність". Хоча нескінченність це те, що не існує в об'єктивній реальності. Нескінченність — це винятково психічний об'єкт. Немає нічого нескінченного у нашому сприйнятті. Все, що ми отримуємо з органів чуття, свідчить про кінцівку об'єктів, які ми спостерігаємо. Звичайно сам Всесвіт. Уявлення про нескінченний всесвіт чи нескінченне божество — це лише умоглядні конструкції. Гіпотези. Не більше того.

Так само як про нескінченність, інтелектуали-інтроверти легко говорять про вічність і вічність. І найчастіше не в сенсі циклічного повторення у процесі постійних змін. А в сенсі незмінності, що постійно триває. Але це теж

психічний об'єкт, умоглядна абстракція, яка не підтверджується в досвіді, що опирається на властивості об'єктів фізичного світу.

Джерела

1. Психология: учебник / В. М. Аллахвердов, С. И. Богданова и др.; отв. ред. А. А. Крылов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Проспект, 2005. С. 214–217.
2. *Выготский Л. С.* Мышление и речь. 5-е изд., испр. М.: Лабиринт, 1999. 352 с.

Г. В. СТОЙКО

канд. екон. наук, завідувач денного відділення,
Львівський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

М. В. ОЛІХОВСЬКА

канд. екон. наук, доц., завідувач каф. менеджменту, економіки та туризму,
Львівський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

Ю. В. КАРПІНСЬКИЙ

студент групи Ін6-9-19-Б1УБ (4.0д),
Львівський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ У СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ

Розвинений, різноманітний ринок повинен базуватися на адекватному виробництві, що передбачає корінні зміни у всіх його сферах, зокрема й у невиробничій. У цих умовах бізнес-план стає найважливішим інструментом ефективного господарювання. У плануванні активну роль відіграє цілеспрямована діяльність суб'єкта господарювання в умовах обмеженості ресурсів.

Такий підхід до планування кореспондується з розумінням планомірності як свідомо підтримуваної пропорціональності у розвитку всіх чинників виробництва. Ринок протидіє планомірному господарюванню лише тією мірою, в якій містить в собі стихійний елемент. Умовами стихійного протікання процесів є не тільки соціально-економічні складові, а головним чином слабке планування цих процесів з боку суб'єкта господарювання, недостатність знань та інформації і неможливість своєчасного її перероблення існуючими технічними засобами, слабке методологічне забезпечення.

Українські підприємства, які не мають сучасних засобів збирання, перероблення та аналізу великої кількості інформації про виробничі процеси, не-

спроможні якісно спланувати свою діяльність навіть на короткий проміжок часу, не кажучи про середньо- та довготермінове планування.

Більшість науковців виділяють такі показники для оцінки економічної ефективності інвестицій: чистий дисконтований дохід, внутрішня норма доходності, індекс доходності та період окупності інвестицій. Всі ці критерії базуються на дисконтуванні грошових потоків і є визнаними у світовій практиці основними показниками, що акумулюють вигоди від впровадження інвестиційного проекту. Саме їхній розрахунок, в першу чергу, вказує на економічну ефективність інвестиційного проекту.

Процес планування у здійснюється за допомогою впровадження на підприємстві бізнес-плану по організації виробництва робіт по влаштуванню монолітних масивів (теплозвукоізоляції підлог, горищ, покрівель і т. д.) з пінобетону.

Метою бізнес-плану є:

- по-перше, входження на ринок та закріплення своїх позицій в межах відповідного сегменту;
- по-друге, досягнення оптимального рівня доходності та планового рівня терміну окупності;
- по-третє, утримання своїх позицій та можливість реагувати на кон'юнктурні зміни ринку, крім того при успішному функціонуванні — налагодження процесу розширення власної мережі.

Планування в управлінні — це:

1) конкретизація цілей управління в системі показників фінансово-господарської діяльності підприємства;

2) розробка стратегії і тактики діяльності, орієнтованої на досягнення цілей менеджменту.

З погляду менеджменту функція “планування” полягає в розробці змісту та послідовності дій для досягнення сформульованих цілей [3, с. 21].

Практично вся система господарського управління і регулювання виробництва побудована на методах планування. Оскільки завершення одного етапу роботи служить початком наступного, пов'язати всі етапи без допомоги планування неможливо.

За твердженням канадського бізнесмена Д. Дейла, “план є основою контракту між підприємцем і фінансистом-інвестором. План бізнесу — це загальноприйнятий прийом менеджменту, який використовується корпораціями і установами всіх розмірів для того, щоб сформулювати мету і запропонувати шляхи її досягнення. Він, як правило, складається на 5 років. Рада директорів розвинутої компанії орієнтується на довгостроковий план, як на дорожню карту” [5, с. 16].

Вдалий план, на думку Д. Дейла, — одна з головних умов успіху будь-якої фірми. Виходити на ринок зі своєю продукцією, не маючи чітко продуманого і розрахованого плану дій, гарантія провалу фірми.

Необхідність складання планів визначається багатьма причинами, наприклад, В. Ковальов виділяє три найважливіших: координуюча роль, невизначеність майбутнього, оптимізація економічних наслідків.

Отже, бізнес-план — це письмове обґрунтування програми проведення бізнес-операції, угоди, система раціонально, планомірно організованих заходів, дій, які розраховані на отримання підсумку попередньо прогнозований результат.

Процес складання бізнес-плану є специфічним у кожному конкретному випадку. Узагальнення підприємницького досвіду дає змогу виділити в процесі розробки такого бізнес-плану три стадії: початкову, підготовчу, основну.

Зміст та структура бізнес-плану не має жорсткої регламентованої форми, але, як правило, у ньому передбачаються розділи, в яких розкривається концепція і мета бізнесу, характеризується специфіка продукту підприємства та задоволення ним потреб ринку; оцінюється ємність ринку та встановлюється стратегія поведінки підприємства на певних ринкових сегментах, визначається організаційна і виробнича структура, формується фінансовий проект справи, включаючи стратегію фінансування та пропозиції по інвестиціях, описуються перспективи зростання підприємства.

У загальному вигляді бізнес-план складається з таких розділів: резюме (короткий опис проекту); опис підприємства та галузі; опис продукту (послуги); маркетинг і збут продукції; план виробництва продукції; організаційний план; фінансовий план; ризики та гарантії; додатки.

У системі управління реальними інвестиціями оцінка ефективності бізнес-проектів є одним з найвідповідальніших етапів. Від того, наскільки об'єктивно та всебічно проведена ця оцінка, залежать строки повернення вкладеного капіталу, варіанти його альтернативного використання, додатковий потік прибутку підприємства у наступному періоді. Ця об'єктивність і всебічність оцінки ефективності інвестиційних проектів значною мірою визначається використанням сучасних методів її проведення.

Узагальнено, що для кожної людини її власна справа — бізнес чи підприємництво, благодійна діяльність, повинна приносити задоволення, звісно це може проявлятися у різних аспектах, хтось задоволений від отримання прибутку, у когось задоволення проявляється у створенні необхідних матеріальних благ для суспільства (споживачів), та головним стимулом завжди залишається потреба у твоїх знаннях, потреба в твоїх результатах, відчуття значущості і необхідності завжди слугувало найкращим двигуном усіх починань.

Підсумовуючи, наголошуємо, що розвиток людства не є рухом по колу, це — рух по спіралі. І кожен найкращий підприємець починав з маленьких стратегій, фундаментом для створення яких завжди було бізнес-планування. Разом з тим зарубіжний досвід і поки що недостатній досвід російських підприємств показують, що навіть в умовах перехідного періоду складати бізнес-плани змушує саме життя, яке зазнає економічних і правових впливів. Важливо зауважуємо про те, що: незважаючи на відсутність законодавчих актів, які прямо зобов'язують розробку бізнес-планів, сьогодні в Україні прийнята значна кількість указів, які формують ділове середовище підприємства. Функціонування в ньому передбачає необхідність розробки бізнес-плану для одержання фінансування проекту. У кризових же умовах

перехідного періоду бізнес-план підприємства має насамперед вирішувати завдання поліпшення його фінансового стану або фінансового оздоровлення (санування).

Джерела

1. *Куденко М. Ю., Осипенко С. М., Веремейчик І. Є.* Інформаційне забезпечення підготовки бізнес-плану // *Вісн. Міжнар. Слов'ян. ун-ту. Серія екон. науки.* 2006. № 1. С. 68–71.
2. Інформаційне забезпечення прийняття рішень в управлінні підприємствами в період становлення ринкових відносин : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.02.03 / П. П. Лисак ; Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. Харків, 2002. 19 с.
3. *Кодацький В. П.* Організація фінансової роботи на підприємствах // *Статистика України.* 2006. № 2. С. 95–97.
4. *Костецька І. І.* Особливості бізнес-планування в деяких зарубіжних країнах // *Держава та регіони. Серія : Економіка і підприємництво.* 2009. № 4. С. 110–113.
5. *Куденко М. Ю., Гончаров Е. С.* Бізнес-план підприємства. Основні принципи підготовки. Харків : Штрих, 2001. 32 с.

Н. СТОЯНЕЦЬ

д-р екон. наук, професор кафедри менеджменту ім. проф. Л. І. Михайлової Сумського НАУ

МЕТОДОЛОГІЯ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ

В останні роки виникла потреба в більш формальній системі етичної оцінки наукових досліджень, оскільки деякі ситуації можуть викликати конфлікти інтересів, а також шкодити безпеці та добробуту людей, тварин і довкілля. Тому деякі наукові організації розробляють кодекси етики, які містять норми поведінки дослідників у відношенні до експериментів, збору даних, збереження конфіденційності, відповідального використання ресурсів та інші. Також з'являються інші способи оцінки етичних проблем в науці, такі як етичні комітети, етичні аудити, сертифікація досліджень і документація, що стосуються етичних питань. Отже, хоча система саморегулювання наукового дослідження залишається важливою складовою, з'являються нові підходи для забезпечення етичності в науці, що сприяють збереженню довіри до наукових досліджень і збільшенню їх позитивного впливу на людство.

Основні етапи методології наукового дослідження включають:

Формулювання проблеми через визначення теми дослідження та постановка конкретної проблеми, яка підлягає вирішенню. Формулювання проблеми — це визначення конкретного питання або проблеми, яку дослідник

прагне розв'язати через проведення дослідження, що є однією з найважливіших стадій у дослідженні, оскільки від правильно сформульованої проблеми залежить якість та значущість результатів дослідження.

Вибір методів дослідження тобто визначення технік і інструментів, які будуть використовуватися для збору і аналізу даних. Вибір методів дослідження залежить від типу дослідження, поставленої проблеми та дослідницьких запитань. Основні методи дослідження включають експериментальні, кореляційні, описові, кількісні та якісні методи.

Експериментальні методи дослідження зазвичай використовуються для визначення причинно-наслідкових зв'язків між змінними. Вони можуть використовувати контрольні групи та рандомізовані вибірки для демонстрації ефекту досліджуваної змінної.

Кореляційні методи дослідження використовуються для визначення ступеня залежності між двома або більше змінними. Вони можуть допомогти встановити зв'язки між факторами та визначити, наскільки сильно вони взаємодіють між собою.

Описові методи дослідження використовуються для опису фактів, явищ та характеристик, пов'язаних з об'єктом дослідження. Вони можуть використовувати анкети, спостереження, інтерв'ю та інші методи збору даних.

Кількісні методи дослідження використовують числові дані для аналізу та вимірювання характеристик досліджуваного об'єкту. Вони можуть використовувати опитування, експерименти, статистичний аналіз та інші методи.

Якісні методи дослідження використовуються для збору та аналізу якісних даних, що описують думки, переживання та досвід досліджуваного об'єкту. Вони можуть використовувати інтерв'ю, фокус-групи, аналіз контенту та інші методи.

Збір даних а саме збір інформації про об'єкт дослідження, що може бути отримана за допомогою різних методів, таких як анкетування, спостереження, експеримент і т. д. Збір інформації про об'єкт дослідження є важливою складовою дослідницької роботи. Першим кроком у зборі інформації є визначення джерел, з яких можна отримати необхідну інформацію. Якщо це наукове дослідження, то можуть бути корисними наукові статті, книги, дисертації, звіти про дослідження та інше. Якщо це дослідження на практиці, то можуть бути корисними дані компаній, дослідження ринку, статистика і т. д. Далі необхідно зібрати інформацію з вибраних джерел. Це може включати читання наукових статей, аналіз статистичних даних, проведення інтерв'ю з експертами, опитування респондентів, спостереження та інше. Важливо збирати інформацію з надійних джерел та документувати отриману інформацію для подальшого аналізу.

Аналіз даних здійснюється обробка і інтерпретація отриманих даних з метою виявлення закономірностей та залежностей, дозволяє виявити зв'язки між досліджуваними змінними та зробити висновки на основі отриманих результатів.

Формулювання висновків на основі отриманих результатів дослідження дозволяє зробити підсумки дослідження на основі попередніх кроків, можуть

бути про те, чи були підтверджені початкові гіпотези, які залежності виявлені, чи варто розглядати зміни в централізованому дослідженні, що може бути вдосконалено та покращено.

Завершальним кроком є оприлюднення результатів дослідження, оскільки дозволяє передати інформацію про отримані результати і досвід колегам та іншим зацікавленим особам. Оприлюднення результатів може відбуватися у різних форматах, таких як наукові журнали, звіти та презентації.

Джерела

1. *Israel B. A., Schulz A. J., Parker E. A., Becker A. B., Allen A. J., Guzman J. R., Lichtenstein R.* Critical issues in developing and following CBPR principles // *Community-based participatory research for health: Advancing social and health equity*. 2017. Vol. 3. P. 31–44.

Н. П.СТРУК

канд. екон. наук, доц.,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

ЩОДО ПРОВЕДЕННЯ МОНІТОРИНГУ ТА ОЦІНКИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ

Сьогодні не можливо успішно впроваджувати державну політику з розвитку регіонів без ефективного моніторингу та оцінки соціально-економічного стану регіонів. Основні нормативно-правові документи, що визначають державну регіональну політику в Україні, обґрунтовують важливість та доцільність проведення моніторингу та оцінки соціально-економічного розвитку регіонів.

В Законі України “Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо засад державної регіональної політики та політики відновлення регіонів і територій” зазначено, що моніторинг державної регіональної політики є сукупністю заходів з обліку, збору, аналізу та узагальнення інформації суб’єктів державної регіональної політики, що проводиться з метою відстеження та аналізу територіальних тенденцій, динаміки та структурних змін відповідно до цілей, напрямів та завдань державної регіональної політики [1]. У цьому ж Законі визначено, що об’єктами моніторингу є соціально-економічні процеси і результати соціально-економічного розвитку регіонів, а у визначених законодавством випадках макрорегіонів, мікрорегіонів, територіальних громад, функціональних типів територій, які описуються кількісними та якісними, статичними або динамічними параметрами [1].

Слід наголосити на тому, що моніторинг проводиться з метою виявлення проблем та підвищення ефективності виконання управлінських рішень на

регіональному рівні і є важливою складовою державної регіональної політики в Україні. При цьому, варто акцентувати увагу на тому, що процес формування порядку проведення моніторингу і методики оцінювання соціально-економічного розвитку регіонів України започатковано ще в 2004 році і за цей період часу він зазнав певних змін. Нами було проведено узагальнення та систематизацію особливостей моніторингу та оцінки соціально-економічного розвитку регіонів.

Отже, історія проведення моніторингу і оцінки соціально-економічного розвитку регіонів виглядає так: Постанова КМУ від 4 лютого 2004 р. № 113 "Про затвердження Методики визначення комплексної оцінки результатів соціально-економічного розвитку регіонів"; Постанова КМУ від 6 квітня 2005 р. № 263 "Про запровадження моніторингу результатів діяльності Кабінету Міністрів України та Ради міністрів Автономної Республіки Крим, обласних, Київської і Севастопольської міських державних адміністрацій"; Постанова КМУ від 20 червня 2007 р. № 833 "Про запровадження комплексної оцінки соціально-економічного розвитку Автономної Республіки Крим, областей, мм. Києва та Севастополя"; Постанова КМУ від 09 червня 2011 р. № 650 "Про запровадження проведення оцінки результатів діяльності Ради міністрів Автономної Республіки Крим, обласних, Київської та Севастопольської міських державних адміністрацій"; Постанова КМУ від 21 жовтня 2015 р. № 856 "Про затвердження Порядку та Методики проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації державної регіональної політики"; Постанова КМУ від 24 червня 2022 р. № 726 "Про реалізацію експериментального проекту щодо моніторингу завданих пошкоджень та руйнувань за регіонами України внаслідок збройної агресії Російської Федерації на основі геоінформаційної системи".

Постановою КМУ від 24 червня 2022 р. № 726 "Про реалізацію експериментального проекту щодо моніторингу завданих пошкоджень та руйнувань за регіонами України внаслідок збройної агресії Російської Федерації на основі геоінформаційної системи" затверджено Порядок реалізації експериментального проекту щодо моніторингу завданих пошкоджень та руйнувань за регіонами України внаслідок збройної агресії Російської Федерації на основі геоінформаційної системи та рекомендовано органам місцевого самоврядування під час здійснення моніторингу завданих пошкоджень та руйнувань за регіонами України внаслідок збройної агресії Російської Федерації на основі геоінформаційної системи керуватися Порядком, затвердженим цією постановою [2].

Моніторинг та оцінка соціально-економічного розвитку регіонів є необхідною складовою ефективного управління розвитком регіонів, оскільки вони дозволяють: порівнювати стан розвитку регіонів за різними напрямками, використовуючи інтегральні рейтингові оцінки; виявляти та нівелювати наявні диспропорції в регіональному розвитку; визначати статус регіонів; виявляти проблеми, встановлювати зв'язки між окремими показниками розвитку регіонів та реагувати на негативні тенденції в цих показниках; підвищувати ефективність управління процесами соціально-економічного розвит-

ку регіонів в цілому; відслідковувати завдані пошкодження та руйнування за регіонами України внаслідок збройної агресії Російської Федерації.

Джерела

1. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо засад державної регіональної політики та політики відновлення регіонів і територій: Закон України № 2389-IX від 09.07.2022 р.: URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2389-20#n307
2. Про реалізацію експериментального проекту щодо моніторингу завданих пошкоджень та руйнувань за регіонами України внаслідок збройної агресії Російської Федерації на основі геоінформаційної системи: Постанова КМУ від 24 червня 2022 р. №726. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/726-2022-%D0%BF#n120

В. В. СЯБРЕНКО

студентка 3 курсу, 3 групи НЮУ ім. Ярослава Мудрого

РЕАЛЬНИЙ СУВЕРЕНІТЕТ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Глобалізація великої кількості сфер життя на сьогодні є майже незмінним, складним процесом. Під впливом даного явища опиняються і держави в цілому, і їхні інститути, економічні програми розвитку тощо. У зв'язку з цим на даному етапі починають формуватись дещо нові закономірності розвитку країн та міжнародних відносин зокрема.

Суверенітет — як один із конституційних принципів будь-якої незалежної держави, також опиняється в зоні взаємодії з бурхливими глобалізаційними процесами. Проаналізувавши думки вітчизняних експертів та зарубіжних, можу наполягати на тому, що все-таки однозначності з приводу проблеми державного суверенітету в умовах глобалізації немає. Адже чимало науковців вважають за необхідне видозмінити поняття "державний суверенітет" або ж взагалі від нього відмовитись. [2, с. 225]

Однак на мою думку, суверенітет і глобалізація здійснюють взаємовплив один на одного. Сам суверенітет не зникає, адже він і до сьогодні вважається невід'ємною характеристикою держави, відіграє важливу регулюючу роль у міжнародних відносинах. Проте водночас слід зауважити: суверенітет стає багатокомпонентним та достатньо плюралістичним. Ось чому, вважаю, що суверенітет скоріше видозмінюється, тобто утворюється окремий його вид, спричинений оновленими функціями держави на глобалізаційній міжнародній арені.

Хочу зазначити і те, що сформована глобальна політична система зумовлює утворення наднаціональних інститутів, організацій, у компетенцію яких

входять різноманітного типу функції, що раніше забезпечувались національними органами. Таким чином, відбувається "послаблення" централізованих інститутів державної влади, і чимало правників стверджують: у такий спосіб обмежується і державний суверенітет, що може призвести до зникнення держави взагалі. З іншої ж точки зору, якщо брати до уваги те, що Україна намагається стати членом різноманітних міжнародних організацій та об'єднань, і через таку зовнішньополітичну діяльність реалізувати положення ст. 18 КУ, тобто забезпечити національні інтереси шляхом взаємовигідного міжнародного співробітництва [1].

Тож державний суверенітет обмежується і добровільно, коли декілька держав утворюють союз, співтовариство для досягнення, наприклад, спільної мети; і примусово, коли втручання відбувається з ціллю врегулювати внутрішні конфлікти держави. Проте не можливо надати якусь точну оцінку міждержавним співтовариствам, союзам. Адже з одного боку, країни, які після Другої світової війни захистили у повному обсязі свій державний суверенітет (США, Китай), досягли найкращих результатів розвитку. З іншого ж — держави, наприклад Європейського Союзу, наприкінці XX ст. і навіть на початку XXI ст. дещо "відставали" від США, але мають одні з найкращих показників розвитку також. Однією з причин такої ситуації можна вважати і "видозміну" свого суверенітету країнами-членами ЄС. У той же час Україна, яка також за ст. 1 Конституції визнається суверенною, не може досягнути (в силу певних причин) відповідного рівня розвитку і намагається зблизитись з ЄС, дотримуючись курсу євроінтеграції.

Отже, процеси "десуверенізації" і "суверенізації" на даному етапі розвитку міжнародних відносин є пов'язаними. Національні держави "втрачають" частину свого суверенітету (об'єднуючись у союзи у напрямі його (суверенітету) повної реалізації), але при цьому зберігають певну державну "автономію", або ж, навпаки, зміцнюють позиції власного суверенітету шляхом виходу з певних глобалізаційних об'єднань. Врешті-решт, держава є творцем власного міжнародного життя, від якого відповідним чином залежить і внутрішня ситуація суверенних держав.

І можливо, з невпинним процесом глобалізації у майбутньому стане дійсно необхідним переглянути та змінити поняття "державного суверенітету", його сутності.

Джерела

1. Конституція України: Закон від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. База даних "Законодавство України" // *ВР України*. URL: http//zacon2.rada.gov.ua/laws/show (дата звернення: 10.03.2023).
2. *Яковюк І. В.* Реалізація державного суверенітету в умовах членства в Європейському Союзі // Державний суверенітет в умовах європейської інтеграції : монографія / за заг. ред.: Ю. П. Битяк, І. В. Яковюк. К. : Ред. журн. "Право України"; Х. : Право, 2013. С. 176–229.

Науковий керівник: *Н. М. Ляпунова, канд. юрид. наук, доц.*

А. А. ТАРАН
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

РОЗВИТОК КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЯК ВАЖЛИВИЙ ФАКТОР РЕАЛІЗАЦІЇЇ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ТА СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Стратегія розвитку підприємств являє собою систему управлінських та організаційних рішень, спрямованих на реалізацію цілей і завдань підприємства пов'язаних з її розвитком, і включає кілька частин, до них відноситься система цілей, в яку входять загальні організаційні цілі та індивідуальні завдання.

Згадуючи термін "кадрова політика", не можна проводити паралель з терміном "управління персоналом". Поняття "управління персоналом" та "політика" власними силами зовсім однакові. У разі кадрова політика є частиною, однією з складових управління персоналом [3, с. 67].

Основний зміст кадрової політики можна узагальнити таким чином [2, с. 167]:

- забезпечення високоякісної робочої силою, яке включає як планування і аналіз плинності кадрів, і відбір, прийом, вивільнення (вихід пенсію, звільнення);
- навчання працівників та перепідготовка, проведення атестацій з оцінкою рівня кваліфікації, організація просування по службі;
- забезпечення техніки безпеки, різноманітних соціальних виплат..

Фундаментальні засади побудови кадрової політики:

- опора на сучасну науку, використання наукових розробок у галузі кадрової політики, що забезпечують максимально можливий економічний та соціальний ефект;
- всеосяжність, тобто. охоплення всіх частин кадрової діяльності та облік взаємозалежності та взаємозв'язку окремих складових цієї роботи;
- аналіз економічного та соціального ефекту, причому як позитивного, так і негативного впливу заходу на кінцевий результат;
- окупність витрат, всі витрати на заходи у цій галузі мають окупатися через результати господарської діяльності.

Сутність кадрової стратегії (стратегія розвитку кадрового потенціалу) можна визначити як специфічний набір основних принципів, правил та цілей роботи з персоналом, конкретизованих з урахуванням типів організаційної стратегії, організаційного та кадрового потенціалу, а також типу кадрової політики.

Слід також зазначити, що є два типи кадрових стратегій [1, с. 50].

По-перше, це стратегії організацій, головним продуктом діяльності яких є самі кадри, наприклад, навчальні заклади або фірми з лізингу персоналу.

У разі кадрові стратегії мають самостійне значення є генеральними для организаций.

По-друге, це організації, в яких персонал є одним із чинників їх діяльності. У разі кадрова стратегія належить до групи функціональних, тобто підлеглих завдання реалізації головної стратегії. Тому вона залежить від останньої, розвиває та деталізує її.

Кадрова стратегія, незалежно від типу, включає два вихідні елементи: наміри та напрями [3, с. 114].

1) Стратегічні наміри. Місія фахівця в сучасному середовищі — нарощувати свій людський капітал і, як наслідок, інтелектуальний капітал організації, щоб реалізувати її стратегію. Забезпечити високу конкурентоспроможність фірми без партнерства з людським капіталом стає все більш складною справою для керівництва корпорацій. Тому менеджер з персоналу повинен вирішувати певні стратегічні завдання, а саме:

2) Створення конкурентних переваг підприємства шляхом підвищення рівня відповідальності її працівників, використовуючи для цього засоби управління корпоративною культурою. Сильна корпоративна культура дозволяє залучати та утримувати таланти. Оновлення та постійна адаптація корпоративної культури до динамічних умов довкілля націлені на підвищення якості умов праці, забезпечення зворотного зв'язку з працівниками та споживачами;

3) Забезпечення конкурентних переваг компанії завдяки збільшенню та використанню людського капіталу та кадрового потенціалу вищої якості. Деякі підприємства додають питання щодо підвищення рівня компетентності кадрів як елементів у кожну розроблену стратегію; інші — вбачають у цьому аспекті шанс здійснення особливої, ініціативної стратегії, яка посилювала б інші, функціональні стратегії.

4) Стратегічні напрями, як компонент стратегії. Полягають у деталізації способів досягнення стратегічних цілей усієї компанії чи групи компаній на основі чіткого представленого, бажаного образу майбутнього. Це виявляється у досягненні деяких, бажаних показників у принципи, якими формується система управління кадровим потенціалом у створенні, ділиться на дві групи [3, с. 202]:

1) принципи, що характеризують вимоги до формування кадрового потенціалу;
2) принципи, що визначають напрямки розвитку потенціалу.

Ці групи принципів пов'язані між собою взаємодією, що залежить від конкретних умов функціонування системи управління персоналом. Існує сучасний інструментарій дослідження стану чинної системи управління персоналом, її формування, обґрунтування та функціонування [3, с. 245].

Дотримання принципу формування унікального кадрового потенціалу під час кризи підприємства підвищує конкурентоспроможність підприємства. При цьому цінність інтелектуального та інформаційного потенціалу кадрового складу підприємства зростає за експонентом залежно від масштабу інвестицій та набуття персоналом практичного досвіду. Високий інтелекту-

альний рівень підприємства в будь-якій сфері приваблює талановитих людей, що дає можливість створити унікальне поєднання професійних здібностей, що власне і створює ядро кадрового потенціалу підприємства з високою конкурентоспроможністю.

Принципи розвитку кадрового потенціалу, які враховують стратегічні аспекти управління підприємством, у поєднанні з механізмами формування кадрового потенціалу дають можливість розробити модель формування та використання кадрового потенціалу на промислових підприємствах [3, с. 143].

Виникає необхідність планування процесів удосконалення та розвитку кадрового потенціалу. Тому саме планування є відправною точкою цих процесів. Кадрове планування є фундаментом політики щодо персоналу, забезпечує системний підхід до пошуку та підбору кадрів. Менеджери з управління персоналу чи директор визначають потребу в персоналі, яка залежить від основних цілей підприємства та його стратегічного курсу. Під плануванням та вдосконаленням кадрів розуміють такі дії, які націлені на існування на кожній ділянці підприємства достатньої кількості працівників з відповідною кваліфікацією та мотивацією, потенціал яких відповідав би потребам управління процесами, характерними для даної організації.

Задля більшої виконання стратегічних завдань підприємству слід своєчасно проводити оцінку та аналіз кадрового потенціалу. Для визначення кадрового потенціалу підприємства необхідно виділити показники, що характеризують усі аспекти.

Джерела

1. *Безсмертна В. В.* Стратегія управління кадровим потенціалом підприємства // *Экономика и управление*. 2016. № 3. С. 48–53.
2. *Москаленко В. О.* Основні принципи формування кадрового потенціалу підприємства // *Бізнес-Навігатор*. 2010. № 3(20). С. 165–170.
3. *Белецький Н.* Оцінка кадрового потенціалу / Н. Белецький, Л. Семів, О. М. Омаров. К. : Академія, 2017. 564 с.

Науковий керівник: *П. І. Сокуренко, канд. екон. наук, доц.*

О. Я. ТАРАРА

Національний університет водного господарства та природокористування

ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ ТОРГІВЛІ ЗБРОЄЮ

З огляду на повномасштабне вторгнення Росії на територію України 24 лютого 2022 року, тема міжнародного ринку зброї, а також процесів торгівлі та обміну зброєю стала дуже актуальною. Отож, з огляду на нинішню ситуацію в нашій країні та світі, необхідно провести дослідження для визна-

чення доцільності інтеграції процесу міжнародної торгівлі зброєю та супутніх структур в українську економічну та політичну системи.

За даними Стокгольмського міжнародного інституту дослідження миру тенденція до збільшення обсягів воєнно-промислового комплексу (далі — ВПК) спостерігається з 2016 р., навіть попри те що частка в об'ємі світової торгівлі становить всього 0,4 % [1, с. 4; 3, с. 32].

США виділяє на воєнно-промисловий комплекс 3,5 % ВВП, що відповідно становить 810 мільярдів доларів, Китай — 1,7 % ВВП, що становить 301 мільярд доларів, Індія — 2,7 %, що становить 85,8 мільярдів доларів, Росія — 4,1 % ВВП — 72,9 мільярдів доларів. Це надзвичайно високі асигнування на озброєння та військову техніку [1, с. 4; 2].

Водночас, аналізуючи суміжні статистики Індексу глобальної конкурентоспроможності IMD (загальний і цифровий), Індексу військової сили GFP, ВВП на одну особу в дол. США, Індексу глобальної конкурентоспроможності GCI WEF, що допомагають ідентифікувати рівні життя населення, реальну військову силу, рівень інтеграції цифрових технологій у промисловість країни, а також рівень її економічної конкурентоспроможності можемо помітити відмінні тенденції країн, що виявляються у різних розривах у рейтингах статистичної таблиці. Так однакові рівні позицій притаманні лише Сполученим Штатам Америки, які посідають 1 і 2 місце у трьох з п'яти рейтингах. А от Індія та Росія є країнами з відносно низьким рівнем конкурентоспроможності та прибутків, що, попри це, мають високі показники військової сили [1, с. 8–9].

У світі сформувалося два основних підходи до видатків на ВПК: марксистський, який стверджує, що такі асигнування є лише викиданням ресурсів на вітер, стає тригером до розпалювання міждержавної ворожнечі та другий, який визначає військову галузь мотиватором збільшення національного попиту і основним осередком розвитку науково-технічної сфери [1, с. 2].Так високі місця США в рейтингах діють у підтвердження теорії, що військова галузь є мотиватором розвитку країни, а великий розрив між GFR та IMD Індії та Росії — про доцільність марксистської теорії [1, с. 4–8].

Має сенс визначити, які переваги може принести країні розвиток ВПК. Однією з таких є запровадження капіталу країн-експортерів зброї у країни-імпортери в тому числі шляхом компенсаційних закупівель місцевих товарів. Такою тактикою, зокрема, користуються країни третього світу [3, с. 32]. До того ж високий рівень обороноздатності може забезпечити певний авторитет країни на міжнародній арені.

Торгівля озброєнням та воєнною технікою (далі — ОВТ) також є досить прибутковою економічною нішою завдяки довготривалій прив'язці країни-імпортери до країни-експортера зброї через важливість післяпродажного обслуговування техніки [3, с. 33].

Щодо реформування та сучасного стану ринку ОВТ, найяскравішими є те, що сам процес торгівлі військовою технікою все більше нагадує торгівлю цивільними товарами, а вироблена зброя орієнтована скоріше на експорт чим на вітчизняні інтереси обороноздатності.

Проте, навіть попри тенденцію наближення даного ринку до ринків цивільних товарів все ж є певні особливості, що вирізняють та роблять цей процес товарообігу унікальним економічним явищем. А саме: поєднання значної кількості аспектів міжнародних і внутрішньодержавних питань, залежність попиту на товари від політичної ситуації у світі, міжнародна торгівля зброєю контролюється та здійснюється державою(спеціальними державними установами).

Ці особливості викликані самою структурою воєнно-промислового комплексу, що включає в себе організації-замовники, науково-дослідні інститути й конструкторські бюро, виробничі підприємства, спеціальні підрозділи збройних сил, міжнародну торгівлю зброєю. Так торгівля є лише частиною ВПК і, відповідно, тісно пов'язана із різними державними установами [4, с. 146].

Якщо давати визначення поняттю міжнародна торгівля зброєю — це складова воєнно-промислового комплексу світу, яка функціонує на ринку озброєння, та, по суті, є переміщенням продукції воєнного призначення(далі — ПВП) через митні кордони різних держав у вигляді товару — доцільно згадати, що ПВП, окрім звичайних видів озброєння, включає інформацію у військово-технічній області та роботи/послуги військового призначення, що також означає тісну взаємодію з іншими складовими ВПК.

З іншого боку практики різних країн світу показують найрізноматніші системи функціонування ВПК. У США військові виробництва є універсальними, тобто використовуються і для вироблення цивільних товарів, а кількість задіяних у даній сфері працівників — 3,2 млн осіб. Це значна ніша для задіяння робочої сили і скорочення рівня безробіття [4, с. 147].

На даний момент військово-промисловий комплекс Китаю випускає близько 80 % продукції для цивільних потреб. На нього припадає 23 % вироблених автомобілів КНР та значні частки обсягів виготовлених супутників, кораблів, радіотехнічних приладів та літаків цивільного призначення. В той же час виробництва організовані таким чином, що в разі військового стану підприємства ВПК Китаю зможуть майже відразу збільшити рівень випуску військової продукції в 7–8 разів [4, с. 148].

Кожна країна сама обирає собі структуру обороноздатності, але навіть у цьому процесі простежуються тенденції та впливи інших складових державної політики та економіки. Все ж, згідно дослідження, процес міжнародної торгівлі може мати ряд позитивних наслідків для країни: залучення іноземних інвестицій до розвитку економік країн-експортерів, вплив рівня розвитку цієї галузі на авторитет країни-експортера, міжнародна торгівля зброєю є досить прибутковою нішою економіки для країн-експортерів, наявність значного обсягу робочих місць і утримання економічного рівня деяких країн, наявність підґрунтя для розвитку інноваційних технологій, що використовуються, зокрема, і у виробництві цивільних товарів. Звичайно неможливо заперечити тісний зв'язок цього ринку із негативними та руйнівними процесами у світі(такими як війна) та все ж, з огляду на позитивні наслідки для деяких країн, можна стверджувати, що було б доцільно провести більш комплексну інтеграцію України в цей ринок.

Джерела

1. *Кім Т., Українець Ю.* Військово-промисловий комплекс у сучасній світовій економіці: передумови, фактори, тенденції розвитку // *Економіка та суспільство,* 2022. 39. doi: 10.32782/2524-0072/2022-39-33.
2. The World Bank data. URL: https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?most_recent_value_desc=true
3. *Ковальчук К. В., Матюшенко І. Ю.* Світовий ринок озброєнь: перспективи для України // *Проблеми економіки.* 2011. № 1. С. 32–40. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon_2011_1_6.
4. *Полторак С. Т.* Дослідження зарубіжного досвіду державного управління військово-промисловим комплексом у контексті його впливу на економічний розвиток країн // *Публічне управління та митне адміністрування.* 2017. № 1. С. 144–149. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vamcudu_2017_1_20.

Науковий керівник: *Ю. В. Вашай, канд. екон. наук,*
доцент кафедри економіки підприємства і міжнародного бізнесу

Т. М. ТАРДАСКІНА
канд. екон. наук, доц.

Н. П. МІЩЕНКО
Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку

РОЗВИТОК СУЧАСНИХ ВИДІВ ТА ІНСТРУМЕНТІВ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Сьогодні сучасні телекомунікаційні та інформаційні технології все активніше впроваджуються в усі сфери суспільного життя. Це зміна засобів виробництва та продажу продуктів і послуг. Тому інформаційна індустрія відіграє важливу роль у глобальному та міжнародному розвитку маркетингу та визначає його перспективу зростання. Прогрес у комунікаційних технологіях вплинув на створення інноваційних методів маркетингу, а Інтернет-маркетинг — один із найдинамічніших.

Сучасні ЗМІ передбачають участь споживачів і розповсюдження вірусної інформації, тому необхідно змінити маркетинг підходи та використовувати нові маркетингові інструменти. Природний відбір змушує маркетинг змінюватися, так як споживачі віддають перевагу компаніям, які з більшою ймовірністю вивчають цифрові канали.

Інтернет-реклама — це маркетингова стратегія, яка включає використання Інтернету як засобу для отримання трафіку на веб-сайт, а також для на-

цілення та доставки маркетингових повідомлень потрібним клієнтам. Інтернет-реклама спрямована на визначення ринків за допомогою унікальних та корисних програм [1].

Інтернет-реклама має такі різновиди [1]:

Реклама у соціальних мережах. Більшість сайтів соціальних мереж тепер легко дозволяють рекламодавцям використовувати своє охоплення та просувати свої продукти всередині платформи. Вони також включають сучасні інструменти аналітики для оцінки успіху зроблених інвестицій.

Контент-маркетинг. Ще один чудовий засіб представити бренд та повідомити о товарі певній цільовій аудиторії. Основна увага приділяється залученню органічного трафіку на веб-сайт шляхом покращення SEO сайту.

Рекламне розсилання. Електронний маркетинг повинен бути невід'ємною частиною онлайн спілкування, оскільки це важливий спосіб підтримувати зв'язок з існуючими клієнтами.

SEM (реклама у пошукових системах) — включаючи контекстну рекламу. Це стратегія, що використовує платну тактику підвищення видимості в пошукових системах. SEM часто називають PPC (оплата за клік) і може використовуватися, наприклад, Google Adwords або Microsoft Bing Ads. Ефективність інвестицій зазвичай вимірюється CPC (ціна за клік) або CPI (ціна за показ).

Медійна реклама, включаючи банерну рекламу та ретаргетинг. Це коли реклама, яка зазвичай складається з фірмових фотографій, відео, графіки або мультимедійного контенту, розміщується на сторонніх веб-сайтах, які при натисканні повертають користувача на власний веб-сайт. Важливо враховувати шлях користувача, який він здійснює, коли натискає на рекламу, оскільки було б марною тратою часу, зусиль та грошей залучати веб-трафік, який не конвертується в бізнес, тому що UX на цільовій сторінці не був належним чином продуманий.

Мобільна реклама. Враховуючи, що багато хто з нас проводить більшу частину дня, використовуючи смартфони, не дивно, що рекламодавці використовують мобільну рекламу для залучення своїх клієнтів. Однак цей спосіб просування товарів та послуг стає дедалі регульованими, тому до нього слід підходити з обережністю. Різні типи мобільного маркетингу включають рекламу через мобільні програми, push-сповіщення, SMS/текстові повідомлення та MMS.

Розглянемо сучасні інструменти, що використовуються у цифровому маркетингу:

1. Платформи соціальних мереж. Звичайна частина будь-якої інтегрованої маркетингової стратегії, платформи соціальних мереж, таких як Facebook, Instagram і Snapchat, — відмінний засіб для маркетологів взаємодіяти зі своєю аудиторією. У доповненні до стандартних функцій, запропонованих цими платформами, є також деякі функції, розроблені спеціально для маркетинга. До нього входить Facebook Ads Manager, який дозволяє маркетологам запускати рекламу та відстежувати її ефективність.

2. Інструменти дизайну. Друга ключова форма цифрового маркетингу є частиною дизайну, і це особливо, коли мова йде про створення реклами та контенту, таких як повідомлення в соціальних мережах і повідомлення в блогах. Оскільки цифровий маркетинг — це така важка область дизайну, його ефективне виконання дизайну було неможливо без таких інструментів, як Canva і Photoshop, програми, які дозволяють тим, у яких немає широких навиків графічного дизайну, додавати динамічні зображення до свого контенту.

3. Інструменти аналітики. До них відносяться всі Google Analytics (призначеного для відстеження статистики веб-трафіку на певному сайті) до інструментів аналітики соціальних мереж, таких як Facebook Insights і Twitter Analytics, які надають показники, пов'язані із залученням, і допомагають маркетологам оптимізувати діяльність своєї кампанії.

4. Інструменти контент-маркетингу. Вони можуть допомогти маркетологам визначити можливості контенту та створити привабливі публікації в блогах і соціальних мережах, які знайдуть відклик у цільовій аудиторії.

5. Інструменти електронного маркетингу. Вони допомагають маркетологам створювати рекламні кампанії використовуючи e-mail розсилку.

Визначимо подальші напрями розвитку Інтернет-реклами в Україні:

• Ремаркетинг. Показ реклами користувачам, які вже відвідували сайт, робили на ньому цільову дію, реагували на певний бренд в соціальних мережах;

• Банерна реклама в Інтернеті. Графічне зображення рекламного характеру, аналогічне до рекламного модуля в пресі. Може бути статичним зображенням або навіть текстом, що містять анімовані елементи;

• Інтернет-реклама Google Shopping. Це сервіс, який демонструє добірку товарів та цін із різних сайтів на запит потенційного покупця;

• Реклама на Youtube. Використання рекламної кампанії на YouTube забезпечує веб-сайту додатковий трафік.

З усього вищесказаного випливає, що цифровий маркетинг — це маркетинг майбутнього. В умовах розвитку інтернет-технологій велике значення набуває розвиток та використання Інтернет-реклами як засобу маркетингових комунікацій в системі електронної комерції. Щоб максимізувати ефективність діяльності будь-якої сучасної компанії, потрібно мати у своєму розпорядженні кращі інструменти сучасного цифрового маркетингу.

Джерела

1. *Мальчик М. В., Адасюк І. П.* Реклама в інтернеті: теоретичний аналіз та особливості // *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. 2021. Вип. 5. № 1. С. 75–85.

А. В. ТАТАРІНОВА
студентка 3 курсу, 3 групи НЮУ ім. Ярослава Мудрого

ПРОГАЛИНИ В КОНСТИТУЦІЙНОМУ ПРАВІ

Прогалини в праві — це прогалини у змісті чинного права щодо факторів суспільного життя, які перебувають у сфері правового регулювання. Найбільш дієвим способом вирішення проблеми прогалин у законодавстві вважається усунення їх у процесі правотворчої діяльності, що відбувається шляхом прийняття нових норм або зміни існуючих. На жаль, у нинішніх реаліях законодавець не завжди здатен на це, а єдиним доступним варіантом залишається тлумачення норм права шляхом застосування аналогії. Такий процес може відбуватися в трьох формах: аналогія закону, аналогія права та міжгалузева аналогія (субсидіарне застосування норм права). Варто зауважити, що аналогія в межах конституційного права несторога, тим не менш практика її застосування існує.

Наведемо приклад прогалин у конституційному праві. Ні в Конституції України, ні в Законі "Про Кабінет Міністрів України" не вказано, протягом якого часу Прем'єр-міністр повинен внести подання до Верховної Ради України про призначення міністра, а міністр може перебувати в статусі тимчасово виконуючого обов'язки. Як наслідок, склалася практика, коли посади міністрів лишаються вакантними роками, деформуючи основи конституційного ладу.

Така проблема частково може бути вирішена шляхом застосування міжгалузевої аналогії. Єдиним нормативно-правовим актом (що, до речі, є хоч і чинним, проте дуже застарілим та неактуальним), який врегульовує призначення на посаду виконувача обов'язків працівника в Україні, є Роз'яснення Держкомпраці СРСР і Секретаріату ВЦРПС від 29 грудня 1965 р. № 30/39 "Про порядок оплати тимчасового замісництва". Згідно з п. 2 не допускається, щоб на вакантну посаду працівника призначили як виконуючого обов'язки, за винятком випадків, коли його призначає вищий орган управління. У разі такого призначення протягом місяця керівник повинен подати вищому органу документи на призначення працівника на постійній основі і ще протягом місяця орган має надати свою відповідь. [1] Тобто, по суті, договір про тимчасове виконання обов'язків може тривати не більше двох місяців.

Також слід звернути увагу на те, що застосування аналогії, крім встановлення факту наявності прогалини, потребує врахування низки умов, без дотримання яких порушуватиметься принцип законності. Варто зазначити, що такі обмеження можуть бути конкретизовані в конституційному праві. Так, за аналогією не можуть застосовуватися норми публічного права, що спрямовані на обмеження прав і свобод громадян з метою охорони громадського порядку і безпеки. До того ж формальною підставою на застосування аналогії будуть положення ч. 1 ст. 19 Конституції України, згідно з якими "право-

вий порядок в Україні ґрунтується на засадах, відповідно до яких ніхто не може бути примушений робити те, що не передбачено законодавством" [2].

Отже, хоч повністю неможливо уникнути прогалин, їх все ж таки можна та потрібно вирішувати. Таке явище не є ані негативним, ані позитивним. З одного боку прогалини показують недоліки законодавця чи недосконалість юридичної техніки, а з іншого боку — розвиток суспільства. Вони звертають увагу на проблеми, а тому, на мою думку, виправлення помилок може стати дієвим способом навчання та покращення не тільки конституційного, а й інших галузей права в Україні.

Джерела

1. "Про порядок оплати тимчасового замісництва": Роз'яснення від 29.12.1965 № 30/39 (у редакції від 11.12.1986) / Держкомітет Ради Міністрів СРСР з питань праці та заробітної плати і Секретаріату ВЦРПС. URL: https://zakononline.com.ua/documents/show/140356___140356 (дата звернення: 10.03.2023)
2. Конституція України: Закон від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. База даних "Законодавство України"// *ВР України.* URL: http//zacon2.rada.gov.ua/laws/show (дата звернення: 10.03.2023).

Науковий керівник: *Н. М. Ляпунова, канд. юрид. наук, доц.*

А. В. ТАТАРІНОВА

ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ПРОКУРОРСЬКОГО НАГЛЯДУ ЗА ВИКОНАННЯМ ЗАКОНУ ОРГАНАМИ, ЯКІ ЗДІЙСНЮЮТЬ ОПЕРАТИВНО-РОЗШУКОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ

У період розвитку прокурорського нагляду за реалізацією законів в оперативно-розшуковій діяльності теоретично існувала низка основних концепцій та поглядів, а також ідей, прийнятих науковою спільнотою, сутність, роль і значення, предмет та визначення меж, сили, організацію, засоби та методи цього нагляду. У той же час наукові досягнення в цій галузі не повністю усунули протиріччя, які на практиці створюють негативні явища, що знижують ефективність впливу прокурора у забезпеченні дотримання правозастосовних органів.

Проте ситуаційний підхід практиків зовсім пов'язані з нігілістичним відмовою від теорії. Прокурорський нагляд над виконанням законів органами, здійснюють оперативно-розшукову діяльність (ОРД), по праву вважається, як і теорії, і практично, однією з основних напрямів діяльності прокуратури.

Ці дії, як справедливо зазначив І. Котубей, торкаються найважливіших прав і свобод громадян, які закріплені у кримінально-процесуальному, оперативно-розшуковому законодавстві. Так, законодавець виділив у Законі "Про прокуратуру України" незалежний орган нагляду за виконанням законів органами, які здійснюють оперативно-розшукову діяльність, наголосивши тим самим на його особливій важливості.

За словами Л. М. Лобойко, прокурорський нагляд за виконанням законодавства про ОРД "...є комплекс конкретних контрольно-наглядових заходів, що здійснюються від імені України, що здійснюються органами прокуратури та пов'язані з правовим контролем за дотриманням ОРД підпорядковується встановленому порядку реалізації відповідного законодавства прокурорами з метою перевірки дотримання прав та законних інтересів осіб, які беруть участь у оперативно-розшукових відносинах".

Термінологічне обґрунтування прокурорського нагляду у цій сфері діяльності пов'язане з низкою неточностей. Наприклад, наслідуючи кримінально-процесуальну думку законодавця, прокурор у межах своєї компетенції здійснює саме нагляд, контроль покладається на керівників органу дізнання та слідства [1].

У теорії кримінального процесу та оперативно-розшукової діяльності існує позиція, відповідно до якої межі, зазначені у статті Закону "Про оперативно-розшукову діяльність", мають необґрунтовано широке коло повноважень з обмеження прав і свобод людини і громадянина.

Важливою проблемою в рамках реалізації ОРД, як і раніше, залишається прогалина в кримінально-процесуальному та оперативно-розшуковому законодавстві, внаслідок чого дозволяється збирати різну інформацію протягом невизначеного тривалого часу стосовно будь-якої особи, яка була не причетна до злочину, але хто мав будь-які контакти з підозрюваним.

Оперативний працівник, ініціатор оперативного розвитку, безпосередньо звертається до суду за отриманням дозволу на проведення ОРМ, що обмежує конституційні права громадян, видаючи уповноваженому судді в основному довідки-меморандуми про незаконну діяльність обвинувачених.

Суддя не перевіряє інформацію (не може і не хоче) та погоджується на проведення ОРМ. Часто оперативний працівник надає неправильну (неперевірену) інформацію, іноколи ж навмисне її фальсифікує. Тільки уповноважений прокурор, який контролює виконання законів прокурором під час проведення оперативного розвитку у рамках справи з оперативного обліку, може визначити необхідність ГРМ та виявити можливі фальсифікації.

Джерела

1. *Кучинська О. П.* Кримінально-процесуальні документи: досудове та судове провадження: навч.-практ. посіб. К.: Юрінком Інтер, 2009. 408 с.
2. *Лобойко Л. М.* Кримінальний процес: підручник. К.: Істина, 2014. 432 с.
3. *Рожнова В. В. Котубей І. І.* Невідповідність висновків суду першої інстанції фактичним обставинам кримінального провадження. Київ : КНТ, 2015. 182 с.

4. Теорія судових доказів в питаннях та відповідях: навч. посібник / Л. Д. Удалова, Д. П. Письменний, Ю. І. Азаров та ін. К.: Центр учбової літератури, 2015. 104 с.
5. *Тертишник В. М.* Кримінальний процес України. Загальна частина: підручник. Київ : Правова Єдність : Алерта, 2014. 438 с.

Науковий керівник: *Н. М. Ляпунова, канд. юрид. наук, доц.*

В. В. ТАТАРІНОВ
канд. екон. наук, доц.,
Придніпровський інститут ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

РЕАЛІЇ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ІННОВАЦІЙ

Інноваційний розвиток держави є відображенням двох масштабних процесів: інтеграції та глобалізації. Його основою є активне впровадження нововведень (нової техніки, технологій виробництва, продукції, послуг) в усі сфери суспільного життя з метою покращити їх функціонування, тим самим підвищивши загальний рівень конкурентоспроможності країни. У сучасному світі економічний розвиток країни визначається не стільки природними ресурсами чи обсягами виробництва, скільки здатністю суб’єктів господарювання до генерування та впровадження нових ідей. Сьогодні країни, що входять до топ 20 країн з конкурентною економікою не володіють такими ресурсами.

Наприклад, Японія володіє тільки незначними запасами заліза, вугілля, нафти. Франція, Швеція та Швейцарія або повністю позбавлені деяких видів палива, або їх недостатньо; Велика Британія теж імпортує боксити, руди кольорових металів, Німеччина — залізну руду, природний газ, нафту. Це показує, що саме інновації відіграють в рішенні економічних проблем розвинутими країнами дуже важливу роль.

Розвиток країни неможливий без всебічного та постійного використання нововведень, постійного перетворення наукових знань у технології та науково-технічні розробки для виробництва.

Нажаль в Україні інноваційний процес поки що не має значного прогресу. В основному тема інновацій, головним чином лише обговорюється, та дуже мало робиться, щоб інновації стали основою перебудови економіки, переоснащення підприємств.

За даними Держкомстату у 2020 році частка інноваційної продукції в обсязі реалізованої продукції українськими промисловими підприємствами склала 1,9 %. Аналогічний показник в Польщі — 9,3 %, в Німеччині — 18 %.

Виробництво продукції з використанням високих технологій в Україні у 2019 році у порівнянні з 2013 роком скоротилося більш ніж в 1,6 разів. Витрати на інновації у 2020 році у порівнянні з 2013 роком скоротилися в

2,3 разів. Кількість інноваційноактивних підприємств машинобудування у 2020 році у порівнянні з 2013 роком скоротилося більш ніж у 2 разів.

Що ж гальмує економічний та інноваційний розвиток України та її міжнародну конкурентоспроможність?

Серед основних причин експерти виділяють наступні:

1. Погіршення позиції у розвитку фінансового ринку.
2. Зниження кредитного рейтингу країни.
3. Зменшення захисту національних інвесторів.
4. Необхідність у професійному менеджменті.
5. Нездатність країни утримувати "таланти — втечу мізьких".
6. Зниження впливу бізнесу на умови прямого іноземного інвестування.
7. Зростання впливу оподаткування на інвестиційне стимулювання.
8. Зменшення захисту інтелектуальних прав.
9. Зниження позицій у розвитку бізнесу.
10. Погіршення якості інфраструктури.

Першочерговими завданнями в інноваційній сфері, принаймні, мають стати:

- підтримка розробок, які можуть в найближчій перспективі науково-технологічно забезпечити оборонно-промисловий комплекс України;
- визначення науково-виробничих точок зростання, на які Україні доцільно зробити ставку для активного розвитку високотехнологічного сектору і успішного виходу на світові ринки високих технологій;
- законодавче закріплення підтримки та розвитку інновацій, створення сприятливих умов як для науковців так і бізнесу щодо підтримки їх інноваційної діяльності;
- удосконалення умов розвитку технопарків, наукових парків з урахуванням світового досвіду їх функціонування, а також поліпшення законодавчої бази в цій сфері;
- запровадження механізму державної підтримки закордонного патентування.

Джерела

1. *Руднік О.* Яких інновацій не вистачає на виробництвах — проблеми, реалії. [Електронний ресурс]. Режим доступу: freelancehunt.com/blog/yakih – innovacij – ne – vistachaie – na – virobnictvah/
2. *Шовкалюк В. С.* Реалії та перспективи інноваційного розвитку України. [Електронний ресурс]. Режим доступу:ndipzir.org.ua/wp – content/uploads/2018/03/Shovkaliuk.pdf

В. С. ТАТАРІНОВ
канд. техн. наук, доц.,
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ЗЕЛЕНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ЕНЕРГЕТІЦІ

Питання оздоровлення клімату все більше турбують світову громадськість в останні десятиріччя. В результаті цього виникла необхідність у прийнятті ефективних заходів по захисту довкілля, спрямованих на зменшення викидів парникових газів і впровадження "зелених" технологій у всі сектори економіки.

Європейська Комісія запропонувала Європейську зелену угоду — дорожню карту Європи, щоб до 2050 року стати першим кліматично нейтральним континентом і втілити Порядок денний зі сталого розвитку на період до 2030 року. Відтоді ЄС прискорив заходи щодо скорочення викидів парникових газів, інвестування в зелені технології та захисту природного середовища.

І все це — незважаючи на пандемію і війну Росії проти України. Так, вони скористалися цією можливістю для багатьох поколінь і подвоїли темпи зеленого переходу, що вони і роблять в рамках плану подолання енергетичної незалежності. Адже не тільки здоров'я людей, які мешкають у ЄС, залежить від здоров'я нашої планети, але й енергетична безпека ЄС залежить від масштабного переходу до відновлюваної енергетики.

Варто зазначити, що 21 січня 2020 року Міністерством енергетики та захисту довкілля України було представлено проєкт Концепції "зеленого" енергетичного переходу України до 2050 року, який отримав як позитивні відгуки, так і зазнав критики з боку екоекспертів та громадськості. Загалом його розробка зумовлена необхідністю перегляду підходів до розвитку енергетики, спираючись на практику провідних європейських держав, і беручи до уваги важливість проблеми зміни клімату.

Нагадаємо, що Україна є учасником основних міжнародно-правових актів у сфері боротьби зі зміною клімату, а саме: Рамкової конвенції ООН про зміну клімату від 9 травня 1992 року, Кіотського протоколу до Рамкової конвенції ООН про зміну клімату від 11 грудня 1997 року, Паризької угоди від 12 грудня 2015 року. До речі, на 25-й Конференції сторін Рамкової конвенції ООН зі зміни клімату в грудні 2019 року наша держава заявила про готовність до "зеленого" енергетичного переходу і презентувала план удосконалення кліматичної та енергетичної політики.

Оскільки Україна впевнено рухається стратегічним шляхом євроінтеграції, вона має намір узяти участь у "Європейській зеленій угоді" (European Green Deal), метою якої є перехід ЄС до кліматично нейтральної економіки до 2050 року. У січні цього року було створено міжвідомчу групу з подолання наслідків зміни клімату в рамках ініціативи European Green Deal, що є консультативно-дорадчим органом Кабінету Міністрів України.

Зауважимо, що в основу розробленої концепції покладено екоцентричний підхід до споживання енергії та ресурсів. Безумовно, енергетичні питання неможливо розглядати окремо від екологічних, адже вони тісно взаємопов'язані. Насамперед традиційна енергетика породжує серйозні екологічні проблеми, які вимагають комплексного розв'язання. На сьогодні одним із пріоритетних напрямів розвитку енергетики є її екологізація та декарбонізація. Максимізація енергоефективності, відмова від видобування і використання викопного палива та поступовий перехід на відновлювані джерела енергії дадуть змогу зменшити викиди парникових газів, сприяти сталому розвитку економіки держави, покращити стан довкілля, а, отже, і протидіяти зміні клімату.

У документі запропоновано "зменшити обсяг викидів парникових газів так, щоб забезпечити перехід до кліматично нейтральної економіки України у 2070 році у соціально прийнятний та економічно ефективний спосіб".

Під час реалізації "зеленого" енергетичного переходу має бути досягнуто такі цілі: створення енергонезалежної держави; ефективне, прогнозоване, стале та доступне виробництво й споживання енергії; здійснення переходу нашої держави до кліматично нейтральної економіки до 2070 року.

Енергетичний (зелений) перехід України передбачається провести через низку етапів.

По-перше, це декарбонізація економіки та енергетики.

По-друге, забезпечення низьковуглецевої та ресурсоефективної промисловості.

По-третє, впровадження екологічно чистих видів транспорту. Особливу увагу Міністерство енергетики та захисту довкілля України приділяє науковим дослідженням і підтримці технологій та інновацій у сфері протидії зміні клімату, а також цифровізації економічних процесів.

Важливе місце в "зеленому" енергетичному переході відведено науковим дослідженням у сфері зміни клімату. Налагодження діалогу українських учених з міжнародними науковими установами для спільної роботи над створенням нових ідей щодо протидії зміні клімату є пріоритетом уряду. Натомість держава має забезпечувати фінансування вдалих наукових проектів та створювати нові робочі місця в низьковуглецевій економіці.

Громадські екологічні організації позитивно оцінюють крок Міністерства енергетики та захисту довкілля України щодо розробки цієї концепції, яку мають прийняти найближчим часом, але наголошують на її недоліках. Насамперед вони закликають збільшити частку відновлюваних джерел енергії у виробництві електроенергії до 2050 року з 70 % до 100 %. На їхню думку, Україна має досягти кліматичної нейтральності до 2050-го, а не до 2070 року.

Таким чином, прийняття та реалізація концепції "зеленого" енергетичного переходу України до 2050 року сприятимуть впровадженню заходів з підвищення енергоефективності, розвитку відновлюваних джерел енергії, реконверсії вугільних регіонів, зменшенню викидів парникових газів і виконанню взятих на себе державою міжнародних зобов'язань в рамках Паризької угоди 2015 року.

Джерела

1. *Павко Я.* "Зелені" технології та енергетичний перехід: сутність та особливості [Електронний ресурс]. Режим доступу: golos.com.ua/article/330165
2. Очолення зеленого переходу. [Електронний ресурс]. Режим доступу: state – of – the – union.ec.europa.eu/leading – green – transition_uk

С. В. ТАТАРІНОВ

ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇЇ ВИДИ

На будь-якому підприємстві виробництво відбувається завдяки взаємодії трьох ключових чинників: персоналу, засобів праці та предметів праці. Результати виробництва залежать від масштабу використовуваних засобів, кадрового потенціалу та ефективності їх використання.

Виробничий результат не слід трактувати як єдиний фактор, що визначає його ефективність. Підсумок можна розділити на дві категорії: підсумок виробничого процесу і підсумок бізнесу. Перший відображає фізичний випуск продукції, вимірюваний обсягом виробництва в натуральному і вартісному вираженні. Останній містить у собі не тільки кількість виробленої продукції, а й її цінність для споживача. Загальна чиста продукція, тобто новостворена вартість, є кінцевим результатом виробничого процесу та виробничо-господарської діяльності підприємства впродовж даного періоду. Фінансовим результатом господарської діяльності є прибуток, що відображає результати діяльності компанії з точки зору бізнесу. Ефективність виробництва (продуктивність системи) має поліморфність визначення і застосування для аналітичних оцінок і управлінських рішень. З огляду на це важливим є вирізнення за окремими ознаками відповідних видів ефективності (продуктивності), кожний з яких має певне практичне значення [1, ст. 122].

Зазвичай, види ефективності виробництва відрізняються залежно від того, які результати (ефекти) діяльності підприємства найбільш різноманітні. Основні види результатів виробництва можуть бути економічними або соціальними.

Різні показники вартості, що відображають вихід продукції підприємства або сукупності підприємств, належать до економічного ефекту. До них належать кількість вироблених товарів, чиста продукція або оборот, отриманий прибуток, економія на введених ресурсах і зниження виробничих витрат.

Соціальний ефект включає поліпшення умов праці та життя, збільшення зайнятості та створення робочих місць, скорочення робочого часу, поліпшення екології та загальної безпеки життя. Соціальний вплив може бути як позитивним, так і негативним, і не весь він піддається кількісній оцінці. Під-

приємства повинні оцінювати як економічну, так і соціальну ефективність свого виробництва і коригувати їх для підвищення продуктивності системи.

Під час виконання виробничо-господарської діяльності підприємства впровадження прибуткових технічних, організаційних або господарських заходів призводить до первісного (одноразового) ефекту. Однак цей початковий ефект майже завжди можна повторити та збільшити шляхом застосування таких заходів неодноразово та в різних компаніях та сферах діяльності. Звідси походить визначення та оцінка так званого мультиплікаційного ефекту, який має свої специфічні прояви.

Внаслідок здійснення виробничо-господарської діяльності підприємства, впровадження на ньому прибуткових певних технічних, організаційних чи економічних заходів має місце первісний (одноразовий) ефект. Проте майже завжди початковий ефект може повторюватися і примножуватися завдяки багатонапрямковому та багаторазовому використанню таких заходів не лише на даному, але й інших підприємствах, сферах діяльності. Саме тому досить важливого практичного значення набуває визначення і оцінка так званого мультиплікаційного ефекту, що має свої специфічні форми прояву.

Якщо певне економічне та управлінське рішення або інновація технічного, організаційного, економічного чи соціального характеру поширюється на інші галузі, може реалізовуватися дифузійний ефект. Це призводить до його мультиплікації. Наприклад, до того, як процес безперервного розливання рідких металів набув широкого застосування в чорній металургії, його було розроблено на підприємствах кольорової металургії.

Резонансний ефект спостерігається, коли інновація в певній галузі викликає та стимулює розвиток інших явищ у сфері виробництва (наприклад, виробництво високоякісних синтетичних волокон призвело до створення нових видів тканин, що, в свою чергу, сприяло створенню нових видів одягу тощо).

Джерела

1. *Косянчук Т. Ф., Галкіна Ю. Г.* Результативність діяльності підприємства та її діагностика [Електронний ресурс] // *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 3, Т. 1 URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_3_1/pdf/121-124.pdf

Науковий керівник: *В. Г. Гноєвий, канд. екон. наук, доц.*

Д. П. ТИЩЕНКО
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДХОДУ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Найважливішим інструментом ефективної конкурентоспроможності на зовнішньому ринку є процес розробки та впровадження інноваційного продукту на підприємствах, що займаються зовнішньоекономічною діяльністю (ЗЕД).

Інновації необхідні для забезпечення та розширення позицій підприємств-учасників ЗЕД на ринку. Для цього організації необхідно розуміти переваги клієнтів та їхнє ставлення до існуючих та нових продуктів. Останнім часом підприємства розуміють переваги участі клієнтів на різних етапах інновацій. Така інтеграція клієнтів до інноваційного процесу забезпечує точне розуміння споживчих вимог до продукту. Клієнти є надійним купівельним потенціалом. Крім того, клієнтоінтеграція зводить до мінімуму ризик пізнішої зміни конструкції через побажання клієнтів і таким чином запобігає збільшення витрат та скорочення прибутку, спричинене затримкою виходу продукції на ринок. Ці позитивні ефекти впливу клієнтів призвели до думки, що знання потенційних покупців є неодмінною умовою успішної ранньої фази інноваційного підходу, де він має найбільший вплив на науково-дослідну діяльність [1].

Не менш важливим є той факт, що ноу-хау клієнтів сприяє підвищенню ступеня новизни товарів, скорочує інноваційні ризики та призводить до більш точних витрат ресурсів.

Практика показує, що вибір клієнтів допомагає зробити внесок у розробку нового продукту, тому що підприємства на зовнішньому ринку не мають гарантій знайти правильного партнера, і негативні наслідки поганої співпраці можуть негативно позначитися на організації діяльності підприємств-учасників ЗЕД. Вважається, що вплив клієнтів веде тільки до поступових покращень, а не до радикально нових продуктів, оскільки клієнти, як відомо, не мають передбачення.

Зіткнувшись із посиленням та глобалізацією конкуренції, а також із відносною нестачею ресурсів для розробки нових продуктів, кілька великих підприємств почали ділитися своїми ресурсами та досвідом для розробки нового продукту з метою досягнення масштабу та отримання доступу до нових технологій та ринків. Для багатьох фірм думка про обмін ідеями та технологіями, зокрема, з іншою компанією — це саме те, що вони намагалися уникнути з моменту їх зачаття через відсутність довіри до інших партнерів по співпраці. Через посилення конкуренції, скорочення життєвого циклу

продукції та зростання витрат на НДДКР, починають з'являтися стратегічні альянси, які дають можливість як великим, так і невеликим компаніям, що працюють у сфері високих технологій, вийти на нові ринки шляхом обміну ресурсами. З одного боку, це дозволяє великим виробникам отримати доступ до безлічі знань та ресурсів, якими володіють менші фірми, тоді як менші компанії отримають доступ до величезних ресурсів своїх великих партнерів, капітал та організаційні ресурси.

Конкуренція на ринках, що швидко змінюються, часто вимагає здатності швидко розробляти і впроваджувати нові продукти і рішення. Підприємства-учасники ЗЕД повинні дотримуватися стратегії, що ґрунтується на інноваціях, вони перебувають під постійним примусом застосовувати більш ефективні методи та ефективно використовувати свої ресурси. Розподіл ресурсів стосується як витрати коштів, а й розподілу персоналу, інших допоміжних послуг, інфраструктури та інформації. Враховуючи думку, що людський фактор є найважливішим та найдефіцитнішим ресурсом, ефективний розподіл людських ресурсів в інноваційних підходах має істотне значення для ефективності інновацій. Оптимізація процесу розподілу ресурсів у процесі інноваційної діяльності має вирішальне значення з низки причин [2]:

- Ефективна відповідність працівників з різною освітою, досвідом та часто суперечливими пріоритетами може вплинути на успіх інновацій.
- Ефективний обмін інформацією та її використання між різними відділами зменшує невизначеність та підвищує навчання необхідних кадрів.
- Забезпечення нестачі ресурсів може значно збільшити витрати, пов'язані з інноваціями, що призведе до відтоку ресурсів з інших важливих організаційних заходів.

Незважаючи на роль різних внутрішньоорганізаційних рішень, вплив зовнішнього організаційного середовища, нові тенденції клієнтів та змінний ринок умови також мають вирішальне значення для успіху нового продукту. Крім того, необхідні додаткові дослідження щодо різниці між успіхом та провалом, факторів поступових та радикальних інновацій. Зрештою, розуміння того, як можна вплинути на успіх за допомогою ефективних стратегій та процесів в організації діяльності підприємств — учасників ЗЕД.

Джерела

1. *Мельник О. Г., Передало Х. С., Горошко Ю. В.* Оцінювання результативності управління зовнішньоекономічною діяльністю на основі цільових показників // *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2021. № 2(6). С. 72–81.
2. *Афанасьєв Є. В., Наджіб Фертас.* Уточнення змісту та значення терміну "конкурентоспроможність ресурсного потенціалу" // Розвиток промисловості та суспільства: матеріали міжнар. наук.-техн. конф. (Кривий Ріг, 17–20 листопада 2020 р.). Кривий Ріг, 2020. С. 86–90.

Науковий керівник: *М. В. Сідненко, старший викладач*

А. С. ТОКАР
Придніпровськїй інститут ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

МОЖЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СТВОРЕННЯ СТРУКТУР ПІДТРИМКИ ДЛЯ ВОЛОНТЕРІВ У ГАЛУЗІ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ

Система соціального захисту у сучасних умовах постійно потребує уваги як з боку держави, так і всього суспільства загалом, оскільки зміни в Україні останніх років призвели до сильного погіршення умов життя населення та, відповідно, викликали нагальну потребу вдосконалення ефективності даної системи. Однак ефективна робота установ соціального захисту неможлива без висококваліфікованих працівників, які досконало володіють усіма необхідними професійними навичками та вміннями. Одним з таких напрямків соціальної допомоги є участь волонтерів у здійсненні цілого ряду соціальних послуг для тих, хто їх потребує, тобто, волонтерська робота.

Волонтерство — це неоплачувана, свідома, добровільна діяльність на благо інших. Воно відповідає природній потребі людини бути членом групи, цінностям і цілям якої волонтер може цілком відповідати [1]. Результати проведеного опитування респондентів-волонтерів демонструють наступні фактори мотивації: бажання допомагати нужденним людям (61 %); намір навчитися чомусь новому (46 %); бажання мати якесь заняття (41 %); власне задоволення (31 %); бажання познайомитися з новими людьми (29 %); бажання віддячити людям за добро добром (11 %); намір боротися з певною проблемою (7 %); наявність вільного часу (4 %) [3]. Для організації важливо чітко вирішити, навіщо їй потрібні волонтери і що кожний з них буде робити, визначити, які нестатки організації можуть бути задоволені одним чи декількома волонтерами. Волонтер — не тільки інструмент впливу на об’єкт соціально-психологічної роботи, а й сам є об’єктом такої роботи, тому соціалізація волонтера не менш важлива проблема, ніж та соціально-психологічна робота, яку він виконує. Волонтерська діяльність є соціально-психологічним явищем, оскільки її розглядають як систему взаємин між людьми, добровільне надання соціально-психологічної допомоги людині людиною [1].

Досліджуючи можливості та перспективи створення структур підтримки для волонтерів у галузі соціальної роботи, ГО “Центр “Розвиток корпоративної соціальної відповідальності” в рамках проєкту Future of Work та координації діяльності робочої групи щодо об’єднання українців/ок за кордоном для допомоги Україні, спільно з залученою експерткою Наталією Тілікіною проаналізувала діяльність та досвід волонтерських рухів національного та міжнародного рівня, способів об’єднання, підтримки великих міжнародних спільнот та напрямів допомоги, довкола яких об’єднуються українців за кордоном станом на липень 2022 року [2]. Таким волонтерством займаються

як існуючі вже давно благодійні фонди та організації, так і створені після повномасштабного російського вторгнення на територію України, зокрема, Фонд Сайферс (The Cifers Foundation): аукціон дитячих малюнків на тему "Моя Україна" на підтримку захисників України з метою збору коштів на придбання спецзахисту для бійців [2]; SAFEBOW: безпосередня допомога сім'ям та окремим особам з евакуацією з перевагою групам ризику, зокрема дітям, ЛГБТ, людям похилого віку та особам з інвалідністю; забезпечення біженців транспортом, житлом, їжею, медичними та іншими необхідними засобами [2]; Connecting with Ukraine: платформа з корисною інформацією як для українських біженців щодо отримання необхідної фінансової та гуманітарної допомоги, так і для всіх, хто хоче їх підтримати [2]; Волонтерський Складський Центр гуманітарної й медичної допомоги Україні Help Ukraine: направлення гуманітарних вантажів до регіонів, які найбільше цього потребують [2].

Безсумнівно, неможливо недооцінювати роль та значення волонтерів в сучасному суспільстві, особливо в моменти, коли виникають кризові та екстрені ситуації. Однак слід розуміти, що якість та ефективність волонтерської діяльності залежить від належного та відповідного менеджменту, зокрема, добору, адаптаці, мотивування, супроводу та підтримки волонтерів, моніторингу та оцінювання їх роботи та визнання внеску. Тому пошук можливостей та перспектив створення структур підтримки для волонтерів у галузі соціальної роботи є надзвичайно актуальним й потребує подальшого дослідження з урахуванням світового досвіду та національних вимог і реалій.

Джерела

1. *Бондаренко А., Вдовцов Ю.* Посібник по роботі з волонтерами. Київ, 2021. 164 с.
2. Досвід волонтерських рухів, способів об'єднання, підтримки та напрямів допомоги, довкола яких об'єднуються українців за кордоном. URL: https://careerhub.in.ua/dosvid-volonterskikh-rukhiv-sposobiv/ (дата звернення: 12.03.2023).
3. *Лях Т. Л.* Види мотивації до волонтерської діяльності // *Вісник Запорізького національного університету*. 2011. № 2 (15). С. 37–41.

Науковий керівник: *Г. А. Луканська, старший викладач*

М. М. ТОПОРКОВА
канд. юрин. наук, доц.,
доцент кафедри державно-правових дисциплін та міжнародного права,
Державний біотехнологічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ВОЄННОГО СТАНУ ЯК ФОРС-МАЖОРНОЇ ОБСТАВИНИ У ДОГОВІРНИХ ПРАВОВІДНОСИНАХ

Збройна агресія російської федерації проти України внесла зміни в усі сфери життя. Бойові дії руйнують не лише міста, завдають шкоди цивільному населенню. Військові дії ускладнили також виконання зобов'язань по укладених договорах, а в деяких випадках зробили таке виконання неможливим. У зв'язку з цим майже всі суб'єкти господарювання звернули увагу на такий розділ в договорах як "Форс-мажор" або "Обставини непереборної сили".

Частина друга ст. 14-1 Закону України "Про торгово-промислові палати в Україні" закріплює визначення форс-мажорних обставин (обставинами непереборної сили) як надзвичайні та невідворотні обставини, що об'єктивно унеможливлюють виконання зобов'язань, передбачених умовами договору (контракту, угоди тощо), обов'язків згідно із законодавчими та іншими нормативними актами, а саме: загроза війни, збройний конфлікт або серйозна погроза такого конфлікту, включаючи але не обмежуючись ворожими атаками, блокадами, військовим ембарго, дії іноземного ворога, загальна військова мобілізація, військові дії, оголошена та неоголошена війна, дії суспільного ворога, збурення, акти тероризму, диверсії тощо.

Цивільний кодекс України не містить поняття "форс-мажор", але ст. 617 Цивільного кодексу України підставою звільнення від відповідальності за порушення зобов'язання визначає випадок або непереборну силу.

Ч. 2 ст. 218 Господарського кодексу України передбачено, що у разі якщо інше не передбачено законом або договором, суб'єкт господарювання за порушення господарського зобов'язання несе господарсько-правову відповідальність, якщо не доведе, що належне виконання зобов'язання виявилося неможливим внаслідок дії непереборної сили, тобто надзвичайних і невідворотних обставин за даних умов здійснення господарської діяльності.

Отже, форс-мажорними обставинами є надзвичайні та невідворотні обставини, що об'єктивно унеможливлюють виконання зобов'язань, передбачених умовами договору та/або обов'язків згідно із законодавчими та іншими актами. Тобто нинішня ситуація в Україні повністю відповідає такому визначенню.

Відповідно до закону України "Про торгово-промислові палати в Україні" посвідчувати форс-мажорні обставини має право Торгово-промислова палата та її територіальні орган, які безкоштовно видають сертифікат про форс-мажорні обставини.

28 лютого 2022 року Торгово-промислова палата України оприлюднила лист, яким засвідчила військову агресію російської федерації проти України, що стало підставою введення воєнного стану відповідно до Указу Президента України, обставинами непереборної сили. Цей лист розміщено у відкритому доступі на офіційному сайті Торгово-промислової палати України та може бути надано сторонами договору як доказ настання форс-мажорних обставин.

Тобто введення воєнного стану через агресію російської федерації і, як наслідок настання форс-мажорних обставин, надає стороні право вимагати не застосовувати щодо неї передбаченої законом або договором відповідальності.

Але форс-мажор не є підставою для невиконання зобов'язань по договорах або "гарантією амністії" за порушення умов договору. Адже сама лише наявність форс-мажорних обставин не є підставою, що унеможливлює виконання зобов'язання. Сторона, яка посилається на форс-мажор повинна довести практично-наслідковий зв'язок між форс-мажором та неможливістю виконання конкретного зобов'язання. За загальним правилом сторона повинна виконати основне зобов'язання як тільки в неї з'явиться можливість, якщо інше не передбачено самим договором.

Якщо сторона договору позбавлена можливості вчасно або в повному обсязі виконати зобов'язання через воєнні дії їй варто по-перше, уважно перечитати договір на предмет повідомлення про настання форс-мажору і виходячи з цього повідомити контрагента про це у визначений договором спосіб. По-друге, коли настане можливість виконувати договір, хоча б частково — варто починати це робити. По-третє, підготувати докази існування причинно-наслідкового зв'язку між настанням форс-мажору і неможливістю виконання зобов'язання.

Джерела

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV // *Відомості Верховної Ради України*. 2003, № 18, № 19–20; № 21–22. Ст. 144.
2. Про торгово-промислові палати в Україні : Закон України від 17.03.2020 р. № 671/97. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/671/97-%D0%B2%D1%80#Text
3. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV // *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 40–44. Ст. 356.

Л. В. ТОРУБАРА
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Проектне управління — це концепція в галузі управління, яка порівняно недавно з'явилася внаслідок загострення конкурентної боротьби та необхідності раціоналізації використання наявних ресурсів з метою підвищення ефективності всієї фінансово-господарської діяльності економічного суб'єкта в ринкових умовах господарювання. Проектне управління надає можливість вибору масштабів та напрямків діяльності, свободу у розпорядженні ресурсами, формуванні команди проекту та залученні зовнішніх учасників, а також у розподілі результатів проектної діяльності.

Управління проектом — це управлінське завдання щодо завершення проекту вчасно, в рамках управлінського бюджету та відповідно до технічних специфікацій та вимог. Управління проектами стало визнаною у всьому світі концепцією впровадження нової продукції та технологій, реформування підприємств та організацій. Значно збільшилася прибутковість організацій, які використовують цей підхід для ведення бізнесу, що доводить актуальність дослідження у цьому напрямі [1, с. 32].

Управління проектами є діяльністю, яка використовує унікальні методи та інструменти. Становлення управління проектами як професійної діяльності пов'язане з розробкою міжнародних стандартів, в яких описані елементи системи управління проектами, а також надано практичні рекомендації управління проектами.

Об'єктами проектування можуть бути: об'єкти матеріальної природи (наприклад, об'єктом проектування може бути будівництво нової адміністративної будівлі або створення нового комп'ютера); внаслідок реалізації проекту з'являється новий об'єкт, річ, предмет; водночас проектуватись можуть нові властивості — призначення та функції існуючого об'єкту; нематеріальні властивості та відносини.

Суб'єктами системи управління проектами є активні учасники проекту, що взаємодіють при виробленні та прийнятті управлінських рішень у процесі його здійснення. До них належать [2]:

- управлінський апарат замовника проекту, включаючи всі необхідні підрозділи та організації (наприклад, інвестор, функціональний замовник, генеральний замовник та ін.);
- управлінський апарат виконавця проекту, включаючи всі необхідні підрозділи та організації (наприклад, генеральний підрядник, генеральний системний інтегратор, підрядник, субпідрядник, постачальник та ін.);

- команди проектів (групи управління, робочі групи) — спеціалізовані організаційні структури, що створюються на час виконання проектів і включають управлінський та технічний персонал, що виділяється замовником та виконавцями для виконання проектів.

Система управління проектами — набір організаційних та технологічних методів та інструментів, які допомагають підтримувати управління проектами у компанії та збільшити ефективність їх реалізації. Цілі системи управління проектами [2]:

- підвищення ефективності роботи персоналу під час роботи над проектом;
- поліпшення якості керівництва проектом;
- збільшення ефективності управління всім портфелем проектів у компанії.

Управління проектом можна описати як послідовне здійснення процесів: ініціації, планування, виконання, моніторингу та контролю, завершення. При здійсненні цієї діяльності використовуються та застосовуються знання, навички, методи та інструменти проектної діяльності для задоволення вимог, що висуваються до проекту. Перевагою інструментів управління проектами є те, що дані технології застосовні у різних галузях людської діяльності та забезпечують ефективне виконання проектів та взаємодію учасників для досягнення поставлених цілей.

Таким чином, система управління проектами допомагає компанії реалізовувати проекти з мінімальними витратами ресурсів та часу і з максимальною якістю. Для кожної сфери діяльності існують свої особливості в галузі управління, які необхідно враховувати під час удосконалення проектного управління в організацію.

Джерела

1. *Петренко Н. О, Кустріч Л. О, Гоменюк М. О.* Управління проектами. Київ, 2015. 257 с.
2. *Федорков Е. Ю., Гусейнов Д. Г.* Особливості використання проєктного підходу в управлінні підприємствами // Публічне управління: проблеми та перспективи: матеріали Міжнародної наук.-практ. інтернет-конф. Харків: ТОВ “Константа”, 2019. С. 454–458.

Науковий керівник: *В. Г. Гноєвий, канд. екон. наук, доц.*

І. ТРОЦЬКО
Національний університет “Львівська політехніка”

ОСОБЛИВОСТІ НЕЛЕГАЛЬНОЇ МІГРАЦІЇ У РЕГІОНАХ СВІТУ

Зростання кількості транснаціональних корпорацій і поява нових економічних моделей призвели до розвитку міграційних процесів, які суттєво відрізняються від тих, що відбувалися в минулому. Таке явище, як нелегальна міграція, є однією з основних тенденцій сучасного світового розвитку і становить загрозу для України та світової спільноти.

Нелегальну міграцію можна визначити як масове негативне явище соціального характеру, що полягає в переміщенні осіб з однієї країни до іншої з порушенням (не дотриманням) міграційного законодавства обох країн. Вона є соціально небезпечним, шкідливим, протизаконним явищем, яке реально загрожує економічним інтересам і громадській безпеці держави. Така міграція є однією з причин зростання злочинності, поширення небезпечних захворювань, розвитку підпільного ринку праці, виникнення напруженості у відносинах між державами [1].

Вивчення нелегальної міграції є складним і непростим завданням через прихований характер цього явища. Дослідники стикаються з декількома перешкодами, включаючи брак надійних даних, таємну природу нелегальної міграції та етичні проблеми щодо безпеки та конфіденційності мігрантів без документів. Найбільш доступні дані про нелегальну міграцію отримують із національних адміністративних джерел, які вимірюють дотримання міграційного законодавства, а не нелегальну міграцію як таку. Існує багато джерел формування даних про це явище, а саме: заявки на програми добровільного повернення, примусове повернення, прикордонні затримання, відмови у в’їзді [2].

Нелегальна міграція має різні причини, починаючи від економічних і закінчуючи політичними, екологічними та соціальними факторами. До основних відносять такі: бідність, безробіття, низькі зарплати, пошук кращих економічних можливостей, війни, переслідування, політична нестабільність, стихійні лиха, дискримінація за певними ознаками. Статистичні дані про нелегальну міграцію суттєво відрізняються у різних країнах через відмінності в методах збору даних, визначеннях нелегальної міграції і таємній природі цього явища.

За даними Європейського агентства прикордонної та берегової охорони FRONTEX [3], у 2020 році на зовнішніх кордонах ЄС було виявлено близько 141 тис осіб. Це значне зменшення порівняно з попереднім роком, насамперед через пандемію COVID-19. Основні потоки мігрантів прибувають із Лівії, Іраку, Афганістану та Сирії й спрямовані в Німеччину, Великобританію,

Італію та Францію. Прикордонний патруль США виявив 1,52 мільйона нелегальних мігрантів на кордоні США та Мексики у 2021 році; у попередньому році це число становило 491 тис. Загалом основні нелегальні перетини кордону здійснювалися людьми з Еквадору, Бразилії, Нікарагуа, Венесуели, Гаїті та Куби, багато з них шукають притулку в Сполучених Штатах [2].

У той час як інформація про нелегальні потоки до Європи та США є більш доступною, менше відомо про динаміку цього процесу в Африці, Азії та Латинській Америці, хоча нелегальна міграція в цих регіонах оцінюється як значна. Саме з цих регіонів направлені основні потоки нелегальних мігрантів у більш розвинуті країни. За даними Міжнародної організації з міграції, понад 7000 мігрантів загинули або пропали безвісти під час спроби перетнути Середземне море з Північної Африки до Європи між 2014 і 2021 роками. Однак ця статистика охоплює лише невелику частину загальної кількості мігрантів. які намагаються здійснити небезпечну подорож через Середземне море.

Що стосується ситуації в Україні, то загалом кількість нелегальних іммігрантів невелика порівняно із населенням. За нещодавніми дослідження, до кінця 2019 року їх кількість становила від 37 700 до 60 900. Мігранти розглядають Україну не країною призначення, а країною транзиту, де вони змушені зупинятися через непередбачені обставини на шляху до країн Європи [4].

Отже, можемо зробити висновок, що нелегальна міграція — це складне та багатогранне явище з різними причинами, викликами та наслідками. Вирішення проблем потребує комплексного підходу з урахуванням контексту, різні причини та наслідки нелегальної міграції в кожному регіоні. Уряди, міжнародні організації та суспільство повинні працювати разом, щоб розробити політику та втручання, які сприятимуть безпечній, упорядкованій та законній міграції, одночасно захищаючи права всіх мігрантів.

Джерела

1. *Грищенко Н. І.* Нелегальна міграція як виклик Європейській інтеграції. URL: https://dspace.nau.edu.ua/bitstream/NAU/43925/3/%D0 %93%D1%80%D0%B8%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE_%D1%82%D0%B5%D0%B7%D0%B8.pdf (дата звернення 18.03.23).
2. 2022 Global Migration Data Portal. URL: https://www.migrationdataportal.org/ (дата звернення 18.03.23).
3. FRONTEX: EUROPEAN BORDER AND COAST GUARD AGENCY. URL: https://frontex.europa.eu/ (дата звернення 18.03.23).
4. Irregular Migrants in Ukraine. Analytical summary / Ed. by O. Pozniak, O. Malynovska, I. Maidanik. SUPPORT FOR MIGRATION AND ASYLUM MANAGEMENT IN UKRAINE (IMMIS), 2022. 11 p. URL: https://ukraine.iom.int/sites/g/files/tmzbdl1861/files/documents/irregular_migrants_in_ukraine_eng.pdf (дата звернення 18.03.23).

Науковий керівник: *О. І. Корицька, канд. екон. наук*

С. О. ТУЛЬЧИНСЬКА
Національний технічний університет України
“Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського”

О. С. СОЛОСІЧ
Національний технічний університет України
“Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського”

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ УТВОРЕНЬ В КОНТЕКСТІ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

Концептуалізація, формування, вдосконалення та імплементація основних положень державної регіональної політики тісно пов’язана із проблематикою забезпечення економічної безпеки підприємницьких суб’єктів. Перш за все, даний зв’язок виявляється у превалюючому впливі прийнятих засад регіонального розвитку на ступінь сприятливості середовища функціонування підприємницьких утворень. Більш того, в деструктивних умовах загальної нестабільності, ризикованості, об’єктивізації військових загроз та активізації кризових явищ, актуалізуються питання застосування стабілізуючого інструментарію регіональної політики з метою розширення можливостей підприємницького сектору до підтримки стійкого безпекового стану. Водночас, важливість саме регіонального розрізу державної економічної політики полягає у наростаючих тенденціях до глокалізації економічних процесів, що детермінує необхідність локалізації глобальних імперативів економічного розвитку, шляхом їх адаптації до конкретних місцевих умов. При цьому, одним із таких імперативів є інтелектуально-орієнтований підхід, втілених у процесах інтелектуалізації економічного розвитку, покликаних на культивування сприятливих умов до інтенсивного інноваційного розвитку та імплементації відповідних інноваційних рішень у рамках економічної системи. Саме застосування інтелектуалізованого підходу дозволяє частково або повністю елімінувати наявні безпекові загрози функціонування господарських структур та розширити наявні можливості перспективного розвитку.

До ключових напрямків реалізації інтелектуалізованого підходу у державній регіональній політиці у розрізі підтримки економічної безпеки господарюючих суб’єктів варто віднести наступні:

- гармонізація прийнятих положень щодо пріоритетності цілей, завдань та напрямків економічного розвитку у національному, регіональному, галузевому та міжгалузевому вимірах;
- залучення бізнес-структур у процеси розробки та імплементації основних положень регіональної політики, а також профільних програм розвитку;

- стимулювання розвитку знаннєвої економіки, забезпечення якісного функціонування регіональної освітньої інфраструктури, залучення освітньо-наукових установ у процеси проєктування та реалізації регіональних програм розвитку;
- застосування кластерного підходу у регіональній політиці, з метою формування "інтелектуальних центрів" на рівні окремих регіонів, відповідно до наявної галузевої структури та економічного потенціалу регіонального утворення;
- зміна у структурі управління економічним розвитком через спрямування зусиль на управління структурною модернізацію регіонів [1, с. 19];
- застосування прогресивних підходів до смарт-спеціалізації у процесі побудови та стратегування регіональної політики [2];
- забезпечення інституційної підтримки інтелектуально-орієнтованим трансформаціям регіональних утворень шляхом вдосконалення наявного нормативного поля, згідно сформованої системи цілей та пріоритетів їх реалізації;
- створення механізмів багатосторонньої комунікації ключових стейкхолдерів в особі підприємницького сектору, державних структур, громадськості, освітньо-наукових установ, інвесторів, іноземних партнерів з метою спільного консультування, формування та імплементації консенсусних рішень у питаннях регіонального розвитку, що в свою чергу дозволить пришвидшити інноваційний цикл;
- уникнення формалізації та узагальнення стратегічних положень регіонального розвитку, здійснення конкретизації та якісної декомпозиції стратегії до оперативних планів та проєктних пропозицій з відповідним бюджетуванням та розподілом відповідальності.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що забезпечення економічної безпеки підприємницьких структур у розрізі процесів інтелектуалізації регіональної політики розвитку потребує реалізацію комплексного підходу у залученні суб'єктів планування та реалізації відповідних положень на основі інтелектуально-орієнтованого підходу.

Джерела

1. *Дергалюк Б. В.* Роль інтелектуального капіталу для здійснення структурної модернізації регіональної економіки // *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 5–6. С. 17–20. URL: http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=7064&i=2.
2. *Шашина М. В., Солосіч О. С., Місяйло О. В., Очеретяна О. В.* Аналіз стратегій регіонального розвитку в контексті імплементації засадничих положень концепції смарт-спеціалізації у національну політику розвитку регіонів // *Ефективна економіка*. 2021. № 5. URL: www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8873.

С. Г. ТУРЧІНА
канд. екон. наук, доц.,
Сумський національний аграрний університет

ЗАСТОСУВАННЯ ПРОЕКТНОГО ПІДХОДУ ПРИ УПРАВЛІННІ ЗМІНАМИ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Метою діяльності будь-якого сучасного підприємства є забезпечення ефективності господарювання, однак, реалізація такого завдання в існуючих, надзвичайно мінливих та турбулентних умовах є досить складною. Саме тому менеджерам слід постійно проводити планову роботу в напрямку розробки та реалізації різного роду проектів, взявши за основу проектний підхід.

Більшість науковців визначає проектний підхід як особливу форму управління, що дозволяє підприємствам при певних обмеженнях ресурсів, часу, бюджету зосередитись на виконанні визначеного комплексу задач. Тобто, акцентуючи увагу на діяльності окремих центрів відповідальності, проектний підхід надає можливість менеджерам здійснювати радикальні зміни з мінімальним рівнем ризику завдяки тому, що формування і реалізація проекту передбачає детальне планування розвитку ситуації у майбутньому.

Переваги проектного підходу в управлінні аграрними підприємствами представлені на рисунку.



Переваги проектного підходу

Однак, варто відмітити, що близько 70–80% реалізованих проектів є недостатньо успішними, при тому, що майже 40 % їх загальної чисельності зазнає повного краху [1]. Серед проблем, що перешкоджають успішній реалізації проектів вітчизняними аграрними підприємствами можна виділити наступні: відсутність у керівників проектів належних управлінських теоретико-методичних знань, недостатній рівень налагодження комунікацій та інформування працівників підприємства щодо сутності, цілей, значення проектів, що виконуються на підприємстві, низький рівень організаційної та управлінської культури тощо. Поміж названих проблем, суттєвою перешкодою для успіху є формалізація використання підходів проектного менеджменту, тобто неналежна оцінка (зазвичай, надто оптимістична) як строків реалізації проектів так і ресурсних засобів.

Отже, для покращення якості продукції, підвищення рівня контролю управлінців за виконанням поставлених завдань, вчасного реагування на відхилення від планових показників, для зниження ризику тощо, цілком правильним є застосування в практиці управління аграрними підприємствами методів менеджменту в поєднанні з проектним менеджментом, саме з розробкою WBS, OBS та CBS — структур, побудовою діаграми Ґанта, визначенням критичного шляху, розробкою робочої структури проекту тощо.

Як висновок, зазначимо, що розробка та широке застосування проектного підходу посідає вагоме місце у процесі управління аграрними підприємством та змінами, що в них постійно відбуваються, надаючи можливість їм адаптуватися до умов бізнес-середовища, знизити рівень невизначеності та забезпечити стійкий розвиток у сучасних умовах господарювання.

Джерела

1. *Лучко Г.* Сучасний стан та проблеми розвитку проектного менеджменту в Україні // *Економіка і суспільство*. 2017. № 9. С. 501–506.

Н. М. УЗЮМОВА

ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА: ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ТА СКЛАДОВІ

Під “безпекою” у сенсі розуміється стан захищеності від різноманітних загроз, забезпечення існування та розвитку особистості, нашого суспільства та держави.

У перекладі з грецької поняття безпека означає “володіти ситуацією”.

“...Безпека — стан захищеності життєво важливих інтересів особистості, суспільства та держави від внутрішніх та зовнішніх загроз. Під життєво важливими інтересами розуміються потреби, задовольнивши які людина надійно забезпечує існування та можливості прогресивного розвитку особистості, суспільства та держави” [1]. Під загрозою безпеці розуміються умови та причини, що створюють небезпеку життєво важливим інтересам особистості, суспільства та держави. Таким чином, виходить, що “безпека є стан, в якому забезпечені існування та можливості прогресивного розвитку” [1].

В умовах розвиненої ринкової економіки економічна безпека підприємства відіграє важливу роль.

Під час вивчення поняття “економічна безпека” можна назвати два підходи авторів до визначення.

У першому підході фахівці використовують поняття загрози та захисту від неї.

Другий підхід нерозривно пов’язані з поняттям прибутку.

Під економічною безпекою підприємства розуміється безперервний процес забезпечення фінансової рівноваги та регулярного отримання прибутку, а також забезпечення стабільності в умовах, що постійно змінюються, виконання поставлених цілей і завдань і здатність до подальшого розвитку та вдосконалення в різні періоди існування підприємства [2].

Основними функціональними складовими економічної безпеки підприємств є: фінансова складова (максимальне використання наявних ресурсів та майна); інтелектуально-кадрова складова (розвиток інтелектуального потенціалу підприємства та якісне управління кадрами); інформаційна складова (результативне інформаційно-аналітичне забезпечення роботи підприємства); техніко-технологічна складова (застосування технологій, що дозволяють мінімізувати витрати, у тому числі на виробництво);організаційно-правова складова (комплексне організаційно-правове забезпечення роботи фірми, організаційна структура, управління); екологічна складова (виконання екологічних стандартів); силова складова (організація безпеки працівників підприємства та захист його майна).

Всі перелічені складові економічної безпеки організації мають особливості, перелік функціоналу та види їх забезпечення. Задля більшої економічної безпеки фірма використовує всі свої ресурси.

Організація кадрової безпеки, захист від усіх видів небезпек є головним у роботі співробітника з персоналу (директора).

До внутрішніх небезпек належать: невідповідність кваліфікації співробітників вимогам, що висуваються до них; недостатня кваліфікація співробітників; слабка організація системи управління персоналом; слабка організація системи навчання; неефективна система мотивації; помилки у плануванні ресурсів персоналу; зниження кількості раціоналізаторських пропозицій та ініціатив; догляд кваліфікованих співробітників; працівники не вирішують поставлені перед ними внутрішні тактичні питання; працівники не дотримуються інтересів підрозділу; відсутність корпоративної політики; непрофесійний відбір кадрів на роботу.

Тут використовуються економіко-психологічні методи забезпечення безпеки бізнесу та техніко-технологічні методи захисту інформаційних мереж [3].

Головними загрозами безпеці організаційно-правової складової є: погана юридична захищеність інтересів фірми у діловій документації, зокрема договірної; порушення законних прав підприємства та його співробітників; розголошення комерційної таємниці; порушення норм патентного права [4].

Таким чином, забезпечення економічної безпеки підприємства охоплює досить широкий спектр різноманітних заходів.

Джерела

1. *Ареф'єва О. В, Кузенко Т. Б.* Економічні основи формування фінансової складової економічної безпеки // *Актуальні проблеми економіки.* 2019. № 1(91). С. 98–104.
2. *Бендиков М.* Экономическая безопасность промышленного предприятия (организационно-методический аспект) // *Консультант директора.* 2010. № 2.
3. *Білошкурська Н. В.* Особливості формування рівнів економічної безпеки // *Економіка, фінанси, право.* 2021. № 5. С. 7–10.
4. *Гладченко Т. Н.* Индикаторы экономической безопасности предпринимательской деятельности. Донецк: ДОнГАУ "Менеджер", 2010. № 12. С. 111–113.

Науковий керівник: *В. В. Татарінов, канд. екон. наук, доц.*

О. В. ФЕДЧИК

Національний університет водного господарства та природокористування

INVESTMENT ATTRACTION POLICIES AND REGIONAL DEVELOPMENT: LESSONS LEARNED AND FUTURE DIRECTIONS

Investment attraction policies play a crucial role in regional development, as they help to attract investors and create new jobs. These policies are aimed at creating favorable conditions for investment, reducing administrative barriers, improving infrastructure, and providing financial support to investors.

Over the years, many countries have implemented investment attraction policies, and some have been more successful than others. The following are some of the lessons learned from investment attraction policies:

- Tailor policies to the specific needs of the region. Investment attraction policies should be tailored to the specific needs of the region. For example, regions with high unemployment rates may need policies that focus on job

creation, while regions with a shortage of skilled workers may need policies that focus on skills development [1, p. 24].

- Build a strong infrastructure. Investors are more likely to invest in regions with good infrastructure, including transportation, communication, and energy. Therefore, investment attraction policies should focus on building a strong infrastructure [2, p. 56].
- Provide financial incentives. Financial incentives can be an effective way to attract investors. These incentives may include tax breaks, subsidies, and grants. However, it is important to ensure that the incentives are cost-effective and targeted to the right industries [3, p. 78].
- Streamline administrative procedures. Investors are often deterred by bureaucratic procedures, so investment attraction policies should focus on streamlining administrative procedures. This can include reducing paperwork, simplifying regulations, and providing one-stop-shops for investors [4, p. 89].

As the global economy continues to evolve, it is also important to consider the future directions for investment attraction policies and regional development. The following are some of the future directions that should be considered:

1. Focus on innovation. Innovation is becoming increasingly important in the global economy, and investment attraction policies should focus on fostering innovation. This can include supporting research and development, creating innovation clusters, and promoting entrepreneurship [5, p. 112].
2. Emphasize sustainability. Sustainability is also becoming increasingly important, and investment attraction policies should focus on promoting sustainable development. This can include promoting renewable energy, reducing carbon emissions, and improving environmental standards [6, p. 134].
3. Promote digitalization. Digitalization is transforming the global economy, and investment attraction policies should focus on promoting digitalization. This can include improving digital infrastructure, promoting e-commerce, and supporting digital startups.

Conclusion

Investment attraction policies are crucial for regional development, and the lessons learned from past policies should be used to inform future policies. The future directions for investment attraction policies should focus on innovation, sustainability, and digitalization. By focusing on these areas, regions can attract investment, create new jobs, and promote economic growth.

References

1. *Taranenko Y.* (2018). Investment policy in the regions of Ukraine. Kyiv: KNEU.
2. OECD. (2017). Investing in regions: Building successful regions through effective investment. Paris: OECD.
3. World Bank. (2019). Investment policy review of Ukraine. Washington, D.C.: World Bank.
4. UNCTAD. (2015). World investment report 2015: Reforming international investment governance. New York: UNCTAD.

5. *Kuznetsov A.* (2019). Innovation policy in Ukraine. Kyiv: Kyiv School of Economics.
6. European Union. (2018). A sustainable future for Europe: The EU strategy for sustainable development. Brussels: European Union.

Науковий керівник: *А. Й. Жемба, канд. екон. наук, доц.*

Р. В. ФЕЩЕНКО
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

СУТНІСТЬ ТА ВИДИ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ БАНКУ

Банківський портфель в економічній літературі визначається як сукупність активів і пасивів банку і, відповідно, складається з портфеля активних та портфеля пасивних операцій банку. Здійснення активних операцій банківськими установами є найважливішим джерелом отримання прибутку, адже саме вони приносять банку більше 90 % сукупного доходу. Кредитні операції займають основне місце в активних операціях комерційних банків, а вже потім, за обсягами отриманих доходів, слідують інвестиції в цінні папери, касові папери та інші активи банків.

Таким чином, кредитні операції становлять більшу частину банківського портфеля активних операцій та є цілісним об'єктом управління, який характеризується специфічними особливостями його формування та управління, що й зумовлює необхідність розроблення науково-методичних засад оцінки ефективності управління ним.

Видаючи кредити фізичним та юридичним особам, банк формує свій кредитний портфель. Кредитний портфель банку є "вершиною" кредитної діяльності.

В економічній літературі серед авторів в даний час немає єдиного трактування кредитного портфеля банку. Частина авторів до кредитного портфелю відносять всі фінансові. Дослідимо основні наукові підходи до трактування сутності кредитного портфелю за допомогою таблиці.

У таблиці наведено трактування такого поняття як "кредитний портфель" за трьома підходами.

Перший підхід відображає значення проведення кредитних операцій на макрорівні, тобто розгадається значення кредитного портфелю не тільки на рівні банківської установи, а й на загальнодержавному рівні.

До другої групи визначень було віднесено наукові підходи тих авторів, які наголошують на тому, що кредитний портфель є складним управлінським процесом, який характеризує вибір напрямків вкладень, тобто плановані дії, чим підкреслюють велике значення кредитування серед інших банківських послуг.

Наукові підходи до трактування поняття “кредитний портфель”

Автор	Визначення
1. *Місце кредитного портфеля при здійснення операцій з кредитування*	
С. Г. Арбузов	Кредитний портфель – сукупність усіх банківських позик, що структуровані за певними параметрами відповідно до завдань визначеної кредитної політики банку
Ю. В. Бугель	Кредитний портфель – набір кредитних інструментів для досягнення встановлених цілей.
А. С. Кокін, К. Г. Шумкова	Кредитний портфель – результат діяльності банку по наданню кредитів
О. І. Лаврушин	кредитний портфель – це сукупність виданих позик, які класифікуються на основі критеріїв, пов’язаних з різними чинниками кредитного ризику або способами захисту від нього
А. И. Пашков	Кредитний портфель – сукупність коштів, які розміщуються у вигляді зобов’язань (міжбанківські кредити, кредити юридичним особам, кредити фізичним особам)
Г. С. Панова	Кредитний портфель – величина мобілізованих коштів у вигляді кредитів, виданих торгово-промисловим організаціям, фінансово–кредитним установам, приватним установам за мінусом резерві ліквідності
В. А. Челноков	Кредитний портфель відображає вибір напрямків кредитних вкладень в залежності від їх прибутковості та ступеня ризику
2. *Місце кредитного портфеля у загальному обсязі банківських операцій*	
Ю. В. Бугель	Кредитний портфель – це комплексний інструмент управління (активами і пасивами) банку
Е. Дж. Долан	Кредитний портфель – сукупність банківських активів і пасивів
3. *Місце кредитного портфеля на рівні державної політики*	
В. М. Голуб	Кредитний портфель – важливий інструмент управління кредитною діяльністю комерційного банку, що має спрямовувати його стратегічну політику і поточну діяльність на виконання завдань державної кредитної політики

Третій підхід відображає значення проведення кредитних операцій на макрорівні, тобто розгадається значення кредитного портфелю не тільки на рівні банківської установи, а й на загальнодержавному рівні.

Таким чином, наукові підходи, щодо трактування сутності кредитного портфеля, умовно можна поділити за його місцем у діяльності банківської установи, а також значення цих операцій на загальнодержавному рівні. Так, деякі науковці надають більш вузьке визначення кредитного портфеля, розглядаючи тільки процес здійснення кредитування, а деякі — більш широке, досліджуючи місце кредитного портфеля у загальному обсязі банківських операцій.

Джерела

1. *Білецька К. В.* Менеджмент банку: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2008. 450 с.

2. *Білогородський Р.* Оптимізація структури кредитного портфелю банку // *Науковий вісник* [Одеського національного економічного університету]. 2016. № 4. С. 30–47.

Науковий керівник: *В. В. Татарінов, канд. екон. наук, доц.*

Н. І. ФІНЯК
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УКРАЇНИ ЯК ОДИН ІЗ ЕКОНОМІЧНИХ ВАЖЕЛІВ У СИСТЕМІ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Проблема інвестиційного забезпечення є однією з найскладніших для України, та особливо гостро це питання постає в реаліях сьогодення.

Іноземні інвестиції виступають важливим економічним важелем у світовій системі господарювання. Питання залучення інвестицій стає останнім часом найбільш актуальним як для економіки України, так і для будь-якої держави, котра має наміри стабілізувати свою економіку та поступово завоювати гідне місце на світовій арені. Звісно, це важко зробити, коли в країні йде війна, але певні кроки вже зроблені в цьому напрямку.

На сьогодні ситуація, яка склалася в Україні з інвестиційної точки зору, є не зовсім привабливою для іноземних інвесторів та воліла би бути кращою, але саме зараз ми можемо спостерігати формування нового ставлення з боку інвесторів до нашої країни.

Донедавна існувало дуже багато причин, які кардинально стримували іноземних інвесторів, а саме: недосконале законодавство; висока корумпованість влади, тощо. Але все змінилося після 24 лютого 2022 року. Україна своїми діями змогла довести всьому Світові, що прагне до змін та в змозі відстоювати право на звання сучасної, демократичної європейської країни.

Завдяки плідній роботі Уряду, Міністерства економіки України з різними міжнародними партнерами та фінансовими організаціями розроблено ряд інвестиційних програм та заходів по залученню прямих іноземних інвестицій з США, Великої Британії, Німеччини, Данії, Бельгії, Республіки Корея та інших країн. Більшість потенційних інвесторів готові вже зараз інвестувати свій капітал в проєкти, які спрямовані на відбудову України, в аграрну сферу, оборонну промисловість, транспорт, ІТ галузь та ін.

Незважаючи на те, що сьогодні інтерес інвесторів до України значний, необхідно продовжувати роботу над удосконаленням програм щодо залученням інвестицій, а саме: страхування воєнних ризиків, що надасть можливість потенційним інвесторам відшкодовувати свої збитки; удосконалення нормативної бази, податкової системи та ін.

Саме завдяки цій роботі можливо активізувати процес залучення інвестицій в країну, що в подальшому вплине на її економічний розвиток.

Джерела

1. Інвестиції в Україну та відновлення економіки / Міністерство економіки України. URL: https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=62bfd716-8665-4a4c-9e2d-6325ba53b3c8&title=Investitsii VUkrainuTaVidnovlenniaEkonomiki (дата звернення 01.03.2023).
2. Масовий притік прямих іноземних інвестицій в Україну є неминучим / Міністерство економіки України. URL: https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=ee334b91-aa14-4f6b-bee7-d6cf7248e1cc&title=MasoviiPritikPriamikhInozemnikhInvestitsiiV UkrainuNeminuchim-OleksandrGribanNaUkrainianInfrastructureForumU Londoni (дата звернення 01.03.2023).

Науковий керівник: *Ю. М. Заволока, канд. екон. наук, доц.*

Т. С. ХАРЧЕНКО

ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

ВПЛИВ ВОЄННОГО СТАНУ НА РОБОТУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Повномасштабне російське вторгнення в Україну 24 лютого 2022 року внесло певні корективи в роботу вітчизняних підприємств. За результатами дослідження Центру ресурсоефективного та чистого виробництва більше 50 % підприємств скоротили свою діяльність, майже 24 % взагалі вимушені були зупинитися, приблизно 2 % підприємств були вимушені переїхати у більш безпечні міста так, як їхні регіони потрапили під активні бойові дії або під окупацію російських військ. І тільки робота майже 17 % підприємств не зазнала значних змін, лише були введені додаткові заходи безпеки [1].

Але навіть ті підприємства, які знаходяться в безпечних регіонах мають певні проблеми з логістикою та нестачею сировини.

Досліджуючи діяльність ПАТ “ДЖЕЙ ТІ АЙ ІНТЕРНЕШНЛ УКРАЇНА” (JTI) необхідно зазначити, що це підприємство є дочірньою компанією міжнародної корпорації “Japan Tobacco” [2]. Це міжнародна тютюнова корпорація, яка має коріння з Японії та виробляє продукцію, як для українського ринку, так і для 20 зовнішніх ринків.

Незважаючи на те, що дане підприємство знаходиться у відносно безпечному регіоні на його діяльність суттєво влинуло військово-політичне становище. З початком повномасштабного вторгнення виробництво на підприємстві скоротилося майже на 10 %, і це не межа, до кінця 2023 року планується скорочення ще на 40 %.

Це скорочення пов'язано з наступними проблемами, а саме:

- Порушення логістики — блокування портів, завантаження залізничної інфраструктури, блокпости, комендантська година, небезпечні маршрути, пошук альтернативних шляхів перевезення.
- Нестача сировини — обмеження в асортименті, нестача постачальників.
- Обмеження використання складських приміщень через небезпеку ураження.
- Виїзд частини працівників за кордон, задля збереження свого життя.
- Нестабільність цінової та економічної політики — зростання цін та теплоносії, електроенергію, товари та послуги.

Попри ряд проблем, з якими стикаються вітчизняні підприємства необхідно продовжувати працювати, забезпечуючи тим самим робочі місця, сплачуючи податки, надаючи можливість країні продовжувати тримати оборону.

Джерела

1. Діяльність вітчизняних підприємств під час війни в Україні: дослідження реального стану та потреб (липень 2022). К.: Центр ресурсоефективного та чистого виробництва, 2022. 23 с. URL: file:///E:/%D1%82%D0%B5%D0%B7%D0%B8/%D1%82%D0%B5%D0%B7%D0%B8%202023/National_businesses_during-war_2022.pdf (дата звернення 15.03.2023).
2. JTI Україна. URL: http://www.jti.com (дата звернення 5.03.2023).

Науковий керівник: *Ю. М. Заволока, канд. екон. наук, доц.*

В. Є. ХАУСТОВА
д-р екон. наук, проф.

Н. В. ТРУШКІНА
канд. екон. наук, старший дослідник,
Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України,
м. Харків, Україна

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ ВІДХОДАМИ У ХАРКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД

На сьогоднішній день недостатньо ефективно здійснюється процес управління відходами у Харківській області. І, у першу чергу, це пов'язано з повномасштабним вторгненням росії на територію України [1]. За попередніми підрахунками фахівців Харківської обласної військової адміністрації та Державної екологічної інспекції у Харківській області, довкіллю Харківщини унаслідок збройної агресії росії проти України завдано шкоди на суму

83 млрд грн. Це 6 % загальноукраїнського обсягу екологічних збитків. У ході бойових дій на території області шкода від забруднення атмосферного повітря становить приблизно 135 млн грн.

Тому у сучасних умовах регіональним і місцевим органам влади Харківської області варто звернути увагу на розроблення Комплексної програми або Стратегії регіонального управління відходами на 2023–2027 роки, а також доопрацювання й затвердження Регіонального плану управління відходами до 2030 року [2] із залученням різних категорій стейкхолдерів.

Але слід зазначити, що поняття "промислові відходи", "відходи виробництва" і "відходи від руйнування" чинним законодавством України чітко не визначено. У зв'язку з цим було б доцільно ввести ці поняття у національні нормативно-правові документи. Це, у свою чергу, полегшило б відмежування їх від інших видів відходів і забезпечило б ефективнішу реалізацію норм законодавства у сфері управління відходами, у тому числі як рециклінгу вторинних ресурсів. Крім цього до діючих нормативно-правових актів, які регулюють питання поводження з відходами, необхідно включити терміни "система управління відходами", "інфраструктура управління відходами", "кластерна структура управління відходами", "зелені інвестиції", "механізм "зеленого" фінансування". Для цього доцільно внести зміни і доповнення до Законів України "Про відходи", "Про охорону навколишнього природного середовища", "Про оцінку впливу на довкілля", Національної стратегії управління відходами в Україні до 2030 року, Національного плану управління відходами до 2030 року, Стратегії регіонального розвитку на 2021–2027 роки у Харківській області.

А також доопрацювати законопроєкт "Про управління відходами", у якому визначити засади (інституційні, організаційні, економічні тощо) і механізми інфраструктурного забезпечення управління відходами.

З метою вдосконалення регіональної системи управління відходами у Харківській області на логістичних засадах доцільним є: провадження новітніх технологій та обладнання для збирання, сортування, транспортування, переробки та утилізації відходів з урахуванням передового європейського досвіду; розроблення методики оцінювання екологічних збитків регіону та шкоди діючій системі управління відходами через наслідки російської агресії проти України; сприяння використанню переробки відходів як вторинної сировини на засадах зеленого інвестування; розроблення фінансового механізму застосування публічно-приватного партнерства із залученням приватних інвестицій та інших небюджетних джерел фінансування у сфері управління відходами; розроблення та впровадження інструментів економічного стимулювання утилізації відходів; впровадження концепції реверсивної логістики у контексті циркулярної економіки; створення відповідної кластерної структури як організаційної форми партнерства у сфері управління відходами; розроблення та затвердження Регіональної стратегії управління відходами від руйнувань об'єктів критичної інфраструктури [3] у контексті відновлення та розбудови економіки Харківської області у рамках виконання "Плану Маршала для України".

У подальших дослідженнях планується обґрунтувати концептуальні положення формування кластерної структури управління відходами у Харківській області з урахуванням регіональної специфіки.

Джерела

1. *Kyzym M. O., Khaustova V. Ye., Shlykova V. O.* War in Ukraine: Analysis of the Prerequisites, Lessons of the Infighting, and Conclusions for the Future // *The Problems of Economy*. 2022. № 2. P. 47–57. https://doi.org/10.32983/ 2222-0712-2022-2-47-57.
2. *Хаустова В. Є., Трушкіна Н. В.* Інфраструктурне забезпечення регіонального управління відходами у контексті циркулярної економіки (на прикладі Харківської області) // *Проблеми економіки*. 2022. № 4. С. 118–132. https://doi.org/10.32983/2222-0712-2022-4-118-132.
3. *Кизим М. О., Хаустова В. Є., Трушкіна Н. В.* Сутність поняття “критична інфраструктура” з позицій національної безпеки України // *Бізнес Інформ*. 2022. № 12. С. 58–78. https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-12-58-78.

В. А. ХИЖУН

здобувачка освіти відділення управління та адміністрування, група ФК 45, ВСП “Хмельницький торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ”

РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ

Розвиток туристичної галузі базується на використанні туристичних ресурсів як основи для формування туристичного продукту. Туристичними ресурсами вважається все, що можна використовувати в конкретному регіоні для організації туристичної діяльності та залучення туристів. У Законі України “Про туризм” туристичні ресурси — це сукупність природно-кліматичних, оздоровчих, історико-культурних, пізнавальних і соціально-побутових ресурсів відповідної території, які задовольняють різноманітні потреби туриста. Для ефективного використання туристично-рекреаційного потенціалу регіону слід насамперед здійснити комплексну оцінку всіх його складових. У науковій літературі сформувалося кілька підходів до класифікації туристичних ресурсів [1, с. 314]. Хмельницька обл. асоціюється в туристичній сфері України як центр інноваційних видів туризму і є однією з найбільш потенційно привабливих у плані туризму. В області працюють 33 оздоровчі заклади майже на 4 тис. місць. Із них: 9 санаторіїв, 3 санаторії-профілакторії, 10 баз відпочинку, 11 оздоровчих таборів для дітей, 35 готелів на 2 тис. місць. На території області розташовано 120 заказників, 158 пам’яток природи, 35 пам’яток садово-паркового мистецтва, 17 заповідних урочищ, а також найбільший в Європі Національний природний парк “Подільські Товтри” [2, с. 67]. На території Хмельницької обл. зосереджена значна кількість пам’яток при-

роди, державних заказників, історико-культурних пам'ятників, добре розвинута транспортна мережа. Найбільш приваблює туристів — Національний природний парк "Подільські Товтри" площею 261 тис. га. Тут зберігається 60 видів рослин і 80 видів птахів, тварин і комах, що занесені до Червоної книги України. Флора парку становить одну третину від загального складу національних парків України, а фауна — одну п'яту частину фауни нашої країни. На території Національного природного парку "Подільські Товтри" розташована одна з найкрасивіших карстових печер "Атлантида". Привертають увагу визначні об'єкти природи — "Кармелюкова гора", "Пановецька дача", "Манівецька дача", Михайлівський парк, Кам'янець-Подільський ботанічний сад. На півдні парку розташований один із популярніших об'єктів туристського показу — місто Кам'янець-Подільський, на базі якого створено Національний історико-архітектурний заповідник "Кам'янець". Тут розміщено 168 пам'яток архітектури, у тому числі комплекс споруд фортеці . Зазначимо, що кількість історико-культурних та архітектурних пам'яток в області, які входять до Державного реєстру, становить 3 362 одиниці, у тому числі Національний історико-архітектурний заповідник "Кам'янець", державні історико-культурні заповідники "Межибіж" та "Самчики". На Хмельниччині розвідано 9 родовищ мінеральних лікувальних вод. На базі одного із найбільших за своїми запасами мінеральних лікувальних вод типу "Нафтуся" — Збручанського родовища заснований Державний курорт "Сатанів". Клінічні дослідження інститутів показали, що лікувальна ефективність Збручанської мінеральної води у 4–5 разів вища від Трускавецької "Нафтусі". Сьогодні на території області нараховується 76 агроосель. Найбільша їхня кількість розміщена в Кам'янець-Подільському, Новоушицькому, Чемеровецькому та Шепетівському районах. Одноразово агросадиби області можуть прийняти 929 осіб. Сьогодні особливо зростає значення регіональної туристичної політики. Хмельниччина є одним із регіонів перспективного розвитку туризму в нашій країні. Це пояснюється вигідними особливостями її географічного розташування, сприятливим кліматом, багатством природно-ресурсного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалу. Основними завданнями розвитку туризму на Хмельниччині є формування туристично-рекреаційного комплексу, який задовольняв би потреби населення в санаторно-курортному лікуванні, відпочинку і туризмі [4, с. 120]. На національному рівні туризм розглядається як сфера діяльності, яка створює економічне підґрунтя для підтримки ділової активності через розвиток торгівлі, інших бізнесових сфер діяльності, що причетні до виготовлення туристичного продукту. Туризм сприяє розширенню та диверсифікації (територіальної та асортиментної) сфери прикладання праці, а також забезпечує залучення інвестицій та збільшення доходності місцевих бюджетів, виступає засобом підтримки конкурентоспроможності територій, що сприяє збереженню поселенської мережі. Зберігаються історична та культурна спадщина, підвищується імідж території за рахунок її інфраструктурного облаштування, поліпшується на цій основі рівень життя місцевого населення [5, с. 292]. Отже, для підвищення ролі туризму необхідно посилити її маркетингову компоненту за

допомогою таких заходів, як: визначення найпривабливіших туристично-рекреаційних пропозицій для туристів шляхом проведення маркетингового дослідження туристичного ринку; проведення регіональних ярмарок, конференцій, семінарів, презентацій, присвячених проблемам розвитку туристичного бізнесу; розробка нових туристичних маршрутів міжнародного значення з урахуванням наявних туристичних ресурсів області та інтересів туристів; представлення нових турів на міжнародних туристичних виставках і подання комерційних пропозицій провідним туроператорам; створення регіональної інформаційної інфраструктури туристичного бізнесу (включаючи веб-сайт та електронні інформаційні довідники), а також створення або відновлення технічних, інформаційних і сервісних умов на рівні міжнародних стандартів; активне застосування засобів PR для створення привабливого іміджу області як туристичного регіону органами влади та представниками бізнесу.

Джерела

1. *Баженова С. Е.* Сучасний стан туристичної галузі в Хмельницькій області // *Вісн. Кам'янець-Подільського нац. ун-ту ім. І. Огієнка. Економічні науки.* 2013. Вип. 8. С. 314–315.
2. *Мальська М. Я.* Основи туристичного бізнесу : навч. посіб. / М. Я. Мальська, В. В. Худо, В. І. Цибух. Київ : Центр навч. літ-ри, 2004. С. 67.
3. Перспективи розвитку туризму Хмельницької області [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://tourism-book.com/books/book42/chapter-1451/ (дата звернення: 15.10.2019).
4. Хмельниччина туристична: історико-культурні, природно-географічні та економічні аспекти розвитку : [колективна монографія] / за ред. С. А. Копилова (гол. ред.), С. Е. Баженової (наук. ред.)]. Кам'янець-Подільський : Кам'янець-Подільський нац. ун-т ім. І. Огієнка, 2015. С. 120–149.
5. Розвиток туристичного бізнесу регіону : навч. посіб. / за ред. І. М. Школи. Чернівці : Книги-ХХІ, 2007. 292 с.

Науковий керівник: *О. І. Атаманчук ,*
викладач чиклової комісї суспільних дисциплін
ВСП "Хмельницький торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ"

В. М. ЦАБАК
ННІУЕБ, ПрАТ "ВНЗ "Міжрегіональна Академія управління персоналом"

ДЕЛЕГУВАННЯ ПОВНОВАЖЕНЬ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЕФЕКТИВНОЇ ПРАЦІ МЕНЕДЖЕРА

Сучасний організаційний менеджмент — це досить складне і трудомістке завдання, яке може виконати тільки нове покоління професіоналів, озброєних новітніми знаннями і технологіями. Основним завданням менеджменту

є створення організаційної культури і творчого інноваційного простору, що стимулює інновації співробітників. Менеджери різних рівнів повинні володіти навичками впровадження технологічних та організаційних змін.

Зараз керівник не може самостійно вирішувати всі проблеми управління, навіть ті, що безпосередньо пов'язані з його професійними обов'язками, оскільки їх дуже багато, вони мають різні специфіки та вимоги, а знання, досвід та час керівника є обмеженими.

Отже, щоб зменшити навантаження на себе, керівник зберігає контроль і загальне управління, але делегує менш важливі проблеми, права і відповідальність своїм підлеглим, які мають необхідні знання, досвід та інтереси в управлінні. Це призводить до перерозподілу прав, обов'язків та відповідальності між суб'єктами управлінської структури.

Делегування повноважень є ефективним засобом оптимізації праці. Менеджери на вищих ланках передають свої знання та завдання з розробки управлінських рішень підлеглим. Це дозволяє їм зосереджуватись на нових проблемах, які не можуть бути делеговані, знаходити більш важливі та складні ділянки для використання своїх зусиль.

Якщо не передаються повноваження, це призводить до стагнації організації. На кожному рівні управління повторюються ті ж операції, продуктивність роботи залишається на тому ж рівні в управлінні. Управління не може розширювати свій вплив на нові галузі в управлінських процесах.

Метою делегування є розподіл роботи між працівниками, і цей процес є необхідним для будь-якої організації, фірми або компанії. Управління не може існувати без делегування повноважень.

Якщо менеджер не делегує свої повноваження, він повинен самостійно виконувати всі виробничі процеси, щоб досягти мети організації, що стає неможливим при великому обсязі виробництва та продажів. Тому важливо передавати частину своїх повноважень підлеглим. Навіть розподіл виробничих завдань між робітниками може бути розглянутий як делегування повноважень з виконання визначених технологічних операцій.

Передача повноважень можлива лише в тому випадку, якщо між менеджером та підлеглим існує взаємна довіра. Така довіра може бути досягнута тільки тоді, коли менеджер відповідально відбирає та формує свою команду. Тому, ефективне управління, яке базується на делегуванні повноважень, нерозривно пов'язане зі здатністю менеджера відбирати та розміщувати персонал, а також постійно працювати зі своїми підлеглими. Особливо важливими є навички менеджера у знаходженні працівника, якому можна делегувати повноваження, формулюванні кінцевої мети та проміжних завдань, встановленні критеріїв, оцінюванні та контролі виконання завдань, а також у створенні мотиваційної системи [1].

Успіх процесу делегування пов'язаний з психологією виконавців і їх взаємодією з менеджером. Для досягнення успіху, менеджер та підлеглий повинні мати єдине розуміння цілей та завдань, пов'язаних з управлінням організацією, та довіряти один одному. Якщо виконавець не довіряє своєму начальнику, то будь-яке делегування буде сприйняте як спроба перекласти свої обов'язки

на плечі підлеглих. Натомість, якщо виконавець вірить в компетентність та уміння менеджера, то процес делегування буде успішним.

Неспроможність та відсутність бажання делегувати повноваження призводить до безініціативності та утриманства значної частини підлеглих, які прагнуть обмежити свої функції та звертатися до начальства навіть у незначних справах. Така установка є шкідливою.

Правильне делегування має дві складові: визначення того, що і кому потрібно делегувати, і використання відповідної форми або способу доручення обов'язків. Щоб правильно розподіляти роботу, менеджер повинен заздалегідь визначити обов'язки кожного виконавця, їхній обсяг та послідовність. Однак, також важливо, щоб менеджер мав уміння створювати зацікавленість підлеглих, тобто володів мистецтвом використання влади і досягнення гарних результатів через своїх працівників.

Перед тим, як делегувати повноваження, керівник має виконати значну підготовчу роботу. Ця робота включає визначення цілей, кому необхідно делегувати повноваження, як саме це повинно бути зроблено, а також які переваги можуть бути отримані в результаті делегування.

Керівник не може передати свою управлінську відповідальність і залишає її за собою, але делегування є важливою діяльністю для керівника, маючи значний вплив на організацію. Його ефекти можуть бути як прямими, так і непрямими. Делегування допомагає залучити працівників до життя організації, і цей процес стає все більш і більш важливим.

Коли керівник довіряє своїм працівникам відповідальність та повноваження для виконання завдань, будь то індивідуальні чи групові, вони стають більш зацікавленими в успіху свого підрозділу та всієї організації і прагнуть брати більш активну участь у її житті [2].

Отже, делегування, є ключовим фактором у розвитку працівників. Коли керівник довіряє своїм підлеглим виконання завдань та надає їм повноваження приймати рішення, працівники мають можливість навчитися брати на себе відповідальність і розвивати свою ініціативність. В іншому випадку, якщо керівник сам приймає всі рішення та висуває ідеї, працівники ніколи не зможуть навчитися самостійно мислити та нести відповідальність за успішне виконання завдань.

Джерела

1. *Кінан К.* Делегування повноважень / Кейт Кінан; [Пер. з англ. А. Хлопецкого]. Москва: ЕКСМО, 2008. 76 с.
2. *Richard Luecke and Perry McIntosh.* The Busy Manager's Guide to Delegation. 1st ed. New York, NY: Amacon, 2009.

Науковий керівник: *К. В. Середюк, д-р філософії у галузі економіки, доц.*

О. В. ЦИГАНЕНКО
канд. екон. наук, Конотопський інститут
Сумського державного університету

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Сьогодні світова економіка все більше набуває інноваційних рис і вимагає нарощування інноваційної активності підприємств практично у всіх галузях національного господарства. Процеси глобалізації світового господарства у багатьох країнах вимагають інтенсифікації інноваційної діяльності та ефективного використання інноваційного потенціалу господарюючих суб'єктів. Для вітчизняної економіки вирішення зазначених питань особливо гостро стоїть у промисловості, оскільки підприємства промислового комплексу завжди були драйвером розвитку національного господарства як в економічному, і у соціальному плані.

У сучасній економіці роль інновацій значно зросла, особливо це проявляється у необхідності раціоналізації управління інноваціями підприємств промисловості, оскільки подальше ігнорування цього процесу загрожує системним відривом від економічно розвинених країн через відсталість технологій, недостатню кількість та якість науково-технічних розробок, подолати які у перспективі буде практично неможливо.

У цих умовах зростає актуальність вирішення проблеми формування та використання сучасних технологій управління інноваційним потенціалом промислових підприємств.

Головною рушійною силою інноваційної діяльності є інноваційне підприємництво, особливий новаторський процес виробництва нових продуктів, технологій та послуг, який супроводжується формуванням відповідних методів організації та управління виробництвом [5]. Сьогоднішній стан інноваційної діяльності у нашій країні є незадовільним — характеризується малою часткою інноваційної продукції у загальному обсязі продукції, виробленої вітчизняними виробниками; невмінням менеджменту підприємств пристосовуватися до зовнішнього середовища, що швидко змінюється та наслідків воєнних дій в Україні.

Нині для вітчизняної економіки вкрай важливими є докорінні зміни у системі управління національним господарським комплексом. Технологія використання нових методів управління ресурсами виробництва, застосування нових знань та методів з економічних перетворень визначає темпи економічного зростання провідних галузей та всього національного господарства країни.

Підвищення рівня розвитку промисловості залежить від існуючого стану системоутворюючих галузей та виробництв, залучення інвестицій у промисловість та інноваційно-інвестиційну привабливість провідних підприємств

промислового комплексу. Цим процесам сприятиме розробка загальної концепції розвитку потенціалу матеріально-технічного та інноваційного забезпечення промисловості.

До основних складових інноваційного потенціалу підприємства належать такі: техніко-технологічна; наукова; маркетингова; інформаційна; кадрова; ринкова.

Для вирішення питань підвищення ефективності управління інноваційним потенціалом промислових підприємств необхідно використати комплекс прогресивних технологій загального управління, що позитивно вплине на інноваційну сферу діяльності будь-якого суб'єкта господарювання. До них належать системи стратегічного планування; активізації персоналу у вирішенні управлінських питань; раціоналізації праці персоналу; забезпечення матеріальними запасами; впровадження субпідрядних відносин із постачальниками комплектуючих виробів; системи комплексного управління якістю продукції; логістичні системи управління; маркетингові системи управління; системи трансфертного управління інноваціями; ефективні системи оцінки інноваційної діяльності.

Усі наведені системи працюють у взаємозв'язку та створюють можливість підвищення ефективності управління інноваційним потенціалом підприємства.

Для реалізації ефективної системи управління інноваційним потенціалом промислові підприємства необхідно постійно вивчати сучасний стан та тенденції розвитку змін інноваційного клімату на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Таким чином, однією з важливих умов ефективного управління інноваційним потенціалом вітчизняних промислових підприємств є використання сучасних технологій менеджменту. З'ясовано, що інноваційний потенціал будь-якого суб'єкта господарювання великою мірою залежить від специфіки та масштабів його діяльності, а рівень його розвитку визначає реальні інноваційні можливості підприємства. Всі інноваційні процеси безпосередньо пов'язані з інвестиціями та інвестуванням в інноваційний розвиток, оскільки вони є ресурсом, необхідним створення та впровадження інновацій.

Джерела

1. *Маргітич В., Гудзовата Л., Мигович В.* Типологізація інноваційних факторів економічного розвитку // *Економіка та управління національним господарством.* 2022. № 1 (85). С. 21–29.
2. *Рязановська В. В., Передерій В. В.* Сучасні підходи до стратегічних пріоритетів розвитку підприємств // *Молодий вчений.* 2019. № 10. С. 1029–1032.

А. С. ЦИМБАЛЮК
аспірант кафедри менеджменту Вищого навчального закладу Укоопспілки “Полтавський університет економіки і торгівлі”,
спеціальність 073 “Менеджмент”

ПЕДАГОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК УПРАВЛІНСЬКИЙ РЕСУРС ОСВІТНІХ ЦЕНТРІВ

З огляду на сьогодення, реформування освіти полягає у тому, що впровадження філософії Нової української школи передбачає створення закладів різних типів, у тому числі освітніх центрів: культурних, інформаційних, ресурсних. Останнім часом за підтримки органів місцевого самоврядування та виконавчої влади, відповідно до нормативно-правового законодавства України, спостерігається тенденція до створення ресурсних центрів — міжшкільних та інклюзивних. Основна мета їх діяльності — здійснювати ресурсне забезпечення освітнього процесу. Це абсолютно інноваційні заклади системи освіти, які передбачають застосування нових управлінських підходів з боку їх керівників. Поширені раніше цільові управлінські технології, сутність яких полягає у структуризації планів через визначення зв’язків між цілями та засобами їх досягнення, не виправдовуються через невідповідність статутних завдань ресурсних центрів. Запровадження освітніх послуг, умови турбулентності та створення конкурентного середовища вимагають застосування педагогічного менеджменту. Під ним, в загальному сенсі, розуміють процес організації людських, матеріальних, фінансових ресурсів для досягнення певних цілей [1].

Перехід до інноваційного менеджменту потребує від директорів міжшкільних та інклюзивних ресурсних центрів широкого впровадження сучасних управлінських технологій, серед яких: інтерактивне планування; колективне формування управлінських рішень на базі електронного документообігу; застосування ІТ-технологій, цілісно-орієнтовані системи мотивації членів колективу; моделювання і оптимізація бізнес-процесів тощо. Менеджмент як інноваційна технологія діяльності нещодавно створених ресурсних центрів системи освіти забезпечує відкритість функціонування та сприяє ухваленню управлінських рішень, націлених на реалізацію стратегії закладу, його місії і візії.

Управління інноваційним характером ресурсних центрів висуває до керівника нові вимоги. По-перше, підвищений рівень до його управлінської компетентності та культури, системи професійних знань. По-друге, вміння бачити перспективу, адекватно оцінювати ресурси, планувати продуктивні кроки професійного та особистісного розвитку. По-третє, відкритість та демократичність складної і відповідальної діяльності. По-четверте, вміння ефективно комунікувати та взаємодіяти із колегами-педагогами, дітьми, батьками. З позицій педагогічного менеджменту Л. Мартинець виокремила такі управ-

лінські принципи: принцип поваги і довіри до людини; принцип цілісного погляду людини; принцип співробітництва; принцип соціальної справедливості; принцип індивідуального підходу в управлінні; принцип особистого стимулювання; принцип консенсусу; принцип колективного прийняття рішення; принцип цільової гармонізації; принцип автономізації управління; принцип постійного оновлення [2].

Отже, стає очевидно, що сучасний освітній менеджмент директора ресурсного освітнього центру не є набором єдино правильних методів управління, готових рецептів і правильних відповідей. Менеджер повинен уміти обирати вірну стратегію і чіткий напрямок розвитку, створювати комбінацію ефективного використання різних видів ресурсів (матеріальних, технологічних, трудових, фінансових, інформаційних, інтелектуальних) та джерел їх формування, що "беруть безпосередню участь у процесах розвитку підприємства або можуть бути мобілізовані з метою забезпечення широкомасштабного використання його потенційних можливостей для переходу до якісно нового стану" [3].

Управління ресурсним забезпеченням, тобто їх розподіл, планування, контроль, моніторинг, раціональне використання, сприятимуть реалізації статутних завдань освітніх центрів в умовах конкурентного середовища.

Джерела

1. *Винничук О. Т.* Педагогічний менеджмент як теорія і практика управління освітнім процесом. URL: http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/17173/1/2_Vynnychuk.pdf
2. *Мартинець Л. А.* Управлінська діяльність керівника навчального закладу: навч. посіб. Вінниця, 2018. 196 с.
3. *Кремінь О. М.* Ресурсне та організаційне забезпечення ефективного розвитку підприємств... : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 "Економіка та управління підприємствами". Київ, 2009. 21 с.

Науковий керівник: *І. В. Козюра, д-р наук з держ. управління, професор кафедри менеджменту ВНЗ Укоопспілки "Полтавський університет економіки і торгівлі"*

А. В. ЧЕРКАСЬКИЙ

Одеський національний технологічний університет

ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ КОМАНДОУТВОРЕННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Ефективне управління командою є запорукою успішності організації. Командоутворення як процес формування та розвитку команди є необхідною

умовою згуртування колективу, створення єдиного розуміння цілей організації, її філософії. Командоутворення є складним і необхідним явищем, що визначає характер колективної взаємодії та результат функціонування організації в цілому.

Звернення до науково-практичних передумов управлінської науки необхідно через важливість виявлення умов, чинників та інших аспектів процесу формування конкурентоспроможної управлінської команди. У сучасних умовах особливу роль грає оточення керівника. Оточення визначає специфіку управлінської командної взаємодії, характер взаємовідносин і стиль управління організації.

Проблемам, пов'язаним із формуванням та розвитком команди персоналу, присвячені численні наукові публікації як вітчизняних, так і зарубіжних фахівців. Серед них виділяються праці таких відомих соціологів, психологів та дослідників у сфері управління, як В. В. Авдєєв, О. С. Анісімов, Т. Д. Зінкевич-Євстігнєєва, М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі, В. Л. Мішуровський, Л. Е. Мішуровський, М. Хаммер та ін.

Окремі праці дослідників присвячені питанням тімбілдингу як сучасному методу командної організації праці (Н. В. Дьямченко, М. А. Ісхакова, Г. М. Сартан та ін.).

Дослідниками також приділяється увага різним областям забезпечення процесу командоутворення: інформаційно-методичне забезпечення (Є. Ю. Безрукова, Н. М. Будько та ін.), психологічні аспекти командоутворення (Г. М. Андрєєва, О. М. Большакова, І. В. Долгова, А. І. Донцов, І. В. Калінін, Ю. В. Синягін та ін).

У науці склалися теоретичні погляди на проблему командоутворення персоналу організації, проте залишаються затребуваними, передусім, для практики ефективного управління персоналом механізми, фактори та способи формування команди в умовах організаційного розвитку.

Відповідно до О. С. Анісімова, організаційні структури сьогодні мають бути мобільними і динамічними внаслідок постійної зміни завдань [1]. Саме тут і відкривається особливий взаємозв'язок між динамічністю організаційних структур та якісною командою, які вміють взяти на себе відповідальність за прогнози у розвитку організації, за виконання поточних завдань та за впровадження творчих проектів.

Отже, командоутворення — це процес, формування та розвитку єдності колективу в якому оцінюється співпраця членів організації та плануються зміни, необхідні для досягнення результату; командоутворення — розвиток соціальної групи з формальної у професійну команду; команда — це група людей, які об'єдналися у певний колектив для виконання будь-якої роботи, вирішення поставлених завдань із найбільшою ефективністю для організації.

З аналізу робіт А. Я. Кібанова, діяльність команди Ч це відрегульований механізм спільної праці, це правила та закономірності управління організацією, це раціоналізація дій, що сприяють прибутку підприємства та оптимізації його подальшої роботи [2].

Команда створює таке потенційне поле, в якому кожен співробітник приносить більше інтелектуально-творчого прибутку, ніж керівник звичайної команди поодинці. Саме такий принцип використовується під час створення ефективної команди.

Керівники організації та їх заступники не повинні, на думку В. В. Авдєєва, залежати друг від друга в судженнях і висновках — команді необхідно залишатися відкритою з метою можливої зміни стратегії діяльності організації: цінна пропозиція може надійти від будь-якого співробітника [3]. Команда як управлінський феномен характеризується рядом особливостей.

Так, Н. В. Демьянченко виділяє такі особливості команди [4]: команда створюється з метою надання допомоги керівнику організації; персонал бере участь у прийнятті рішень в організації; демократичний стиль управління, основа якого неформальні відносини; наявність колективної відповідальності; постійний склад членів команди; створення команди ґрунтується на певних спільних цілях.

Таким чином, команди, що працюють в організації, орієнтовані на вирішення професійних завдань із інтелектуально-творчих позицій. Командоутворення є складним процесом із заданою метою. Командоутворення як процес створення та розвитку команди забезпечує успішне функціонування організації та є важливою умовою ефективності діяльності всього персоналу, що прагне вирішення різних організаційних завдань.

Джерела

1. *Анисимов О. С.* Основы общей и управленческой акмеологии / О. С. Анисимов, А. А. Деркач. М.: С.Е.Т., 1995. 268 с.
2. *Кибанов А. Я.* Управление персоналом организации: актуальные технологии найма, адаптации и аттестации / А. Я. Кибанов, И. Б. Дуракова. М.: КНОРУС, 2016. 360 с.
3. *Авдеев В. В.* Управление персоналом: технология формирования команды. М.: Финансы и статистика, 2002. 544 с.
4. *Демьянченко Н. В., Шевченко О. П. // Тимбилдинг как современный метод командного менеджмента организаций сферы услуг.* 2011. № 2 (1). С. 2.

А. В. ЧЕРКАСОВА

студентка IV курсу спеціальності "Практична психологія"

ПОЧУТТЯ ГУМОРУ ЯК ЗАСІБ АДАПТАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ ДО НОВИХ УМОВ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ

Потреба адаптації в людини виникає тоді, що вона починає взаємодіяти з будь-якої системою за умов певного неузгодженості з нею, що породжує

необхідність змін. Ці зміни можуть бути пов'язані з самою людиною або системою, з якою вона взаємодіє, а також з характером взаємодії між ними.

Адаптивний потенціал гумору можна розглядати як необхідний компонент сучасної організаційної культури, що дозволяє ефективно перетворювати оточуюче, зняти напругу, яка виникає у кризових ситуаціях.

Об'єктом роботи є засоби адаптації особистості до нових умов життєдіяльності. Предметом роботи є почуття гумору як засіб адаптації особистості студентів до нових умов життєдіяльності.

Метою роботи є визначення почуття гумору як засобу адаптації особистості до нових умов життєдіяльності.

Методики:

1. Методика Г. Айзенка "Самооцінки психічних станів".
2. Методика "Самооцінка психологічної адаптивності".
3. Діагностична анкета "Рівень адаптації студента".

При зіставленні даних визначено, що студенти з високим почуттям гумору мають художній склад розуму, мають достовірно більшу креативність-здатність мислити творчо, знаходити нестандартні рішення завдань. Це якість, що відрізняє талановитих людей у будь-якій сфері діяльності.

Виявлено, що студенти з підвищеним почуттям гумору (перша група) не тривожні, мають високу самооцінку та стійкість до невдач, не бояться труднощів, спокійні та витримані, мають середній рівень ригідності, середню переключення. Студенти з невисоким почуттям гумору мають середній рівень тривожності, невеликий рівень фрустрації, середній рівень агресивності та значно виражену ригідність. Зіставляючи показники студентів виділених груп, виявлено достовірні відмінності. Студенти з вищим почуттям гумору мають нормальний рівень показників самооцінки психічних станів, які достовірно нижчі, ніж у студентів із невисоким почуттям гумору [17, с. 95].

Можна зробити висновок про те, що почуття гумору, як стратегія впорання та захисту, відіграє важливу роль у процесах адаптації, подоланні стресу, у знятті емоційної напруженості, у прояві психічних та соматичних захворювань. Почуття гумору вважається ознакою здорової особистості, одним із зрілих захисних механізмів, що сприяють адаптації, терапевтичному ефекту.

Визначено, що 78 % студентів мали підвищений рівень почуття гумору (63 % — підвищений рівень, 15 % — дуже високий); дещо знижений рівень почуття гумору виявлено у 22 % студентів (20 % — незначно знижене почуття гумору, 2 % — значно знижене почуття гумору).

Виявлено особливості характеристик гумору у студентів: студенти з підвищеним почуттям гумору мали достовірно більшу схильність до виробництва гумору, а також мали достовірно більш високу спрямованість гумору на себе, порівняно зі студентами з невисоким почуттям гумору.

Джерела

1. Адаптивне навчання студентів професії вчителя: теорія і практика: монографія / В. І. Бондар, І. М. Шапошнікова, Т. Л. Опалюк, Т. Й. Франчук; за заг. ред. В. І. Бондаря. Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018. 308 с.

2. *Алексєєва Т.* Психологічні фактори та прояви процесу адаптації студентів до навчання у вищому навчальному закладі : дис. ... канд. психол. наук: 19.00.01 Алексєєва Тетяна Валентинівна. К., 2004. 176 с.
3. *Бабич В. І.* Культура здоров'я як складова частина професійної підготовки майбутніх вчителів освітньої галузі "Фізична культура і здоров'я" // *Педагогіка, психологія та медикобіологічні проблеми фізичного виховання і спорту*. 2004. № 1. С. 134–139.
4. *Багно Ю. М.* Адаптація. Сучасний психолого-педагогічний словник / за заг. ред. О. І. Шапран. Переяслав-Хмельницький: Домбровська Я. М., 2016. С. 10.
5. *Бобрицька В. І.* Формування здоров'я молоді : актуалізація світового ретро досвіду в умовах сучасної університетської освіти : монографія. Полтава : ФОП Рибалка Д. Л., 2010. 200 с.
6. *Бойко І. І.* Соціально-психологічна адаптація підлітка до нових умов навчання: автореф. дис. ... канд. псих. наук: 19.00.07. Київ : Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова, 2001. 19 с.
7. *Бохонкова Ю.* Деякі методологічні аспекти аналізу закономірностей адаптації студентів-першокурсників до умов навчальних закладів // *Освіта на Лiганщині*. 2006. № 1. С. 15–18.
8. *Вашев О. Є.* Валеологія: методичні рекомендації до практичних занять та самостійної роботи студентів з дисципліни "Управління професійною працездатністю" / О. Є. Вашев, В. М. Клочко. Х.: ХНАМГ, 2010. 57 с.
9. *Верхолаз В. І.* Почуття гумору як адаптаційний ресурс особистості: Випускна робота бакалавра психології. Дніпропетровськ: ДНУ, 2003. 74 с.
10. *Волнушкіна Г. В.* Соціально-психологічні особливості адаптації студентів до навчання у вищому навчальному закладі // *Актуальні проблеми психології* : зб. наук. пр. Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка. Т.ІХ: Загальна психологія. Етнічна психологія. Історична психологія. 2016. Вип. 9. С. 107–116.
11. *Дубініна О. С.* Використання гумору в педагогічній діяльності // *Вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". Філософія. Психологія. Педагогіка*. 2012. № 1. С. 90–93.
12. *Єрьоменко О. А.* Теоретичні і методичні засади адаптивної системи професійної підготовки магістрів з управління навчальним закладом: дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.04. Українська інженерно-педагогічна академія: Харків, 2021. 619 с.
13. *Зайва О. О.* Методики, спрямовані на вимірювання почуття гумору: опис, адаптація, перші результати // *Наукові записки Інституту психології Г. С. Костюка*. 2005. № 2. С. 99–106.
14. *Зайва О. О.* Почуття гумору як проміжний етап на шляху вибору адекватної долаючої стратегії // *Зб. наук. пр. Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка АПН України*; За ред. Максименка С. Д. К., 2003. Т. 5. Ч. 6. С. 102–107.
15. *Зливков В. Л., Лукомська С. О., Федан О. В.* Психодіагностика особистості у кризових життєвих ситуаціях. К.: Педагогічна думка, 2016. 219 с.
16. *Ільїна Ю. Ю., Петрова А. С.* Вивчення гумору як одного з видів психологічного захисту особистості // Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. "Сучасні тенденції та фактори розвитку педагогічних та психологічних наук", 1–2 лютого 2019. К.: ГО "Київська наук. організація педагогіки та психології", 2019. Ч. 3. С. 48–52.
17. *Казміренко В. П.* Програма дослідження психосоціальних чинників адаптації молодої людини до навчання у ВНЗ та майбутньої професії // *Практична психологія та соціальна робота*. 2004. № 6. С. 76–78.

Науковий керівник: *Д. С. Дроздова, доц.*

К. В. ЧЕРНЕНКО
студентка 2 курсу факультету економіки та менеджменту,
Придунайська філія, Міжрегіональна Академія управління персоналом

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ

На сьогоднішній день суспільство вимагає високо інтелектуального розвитку усіх менеджерів. Менеджери є невід’ємною ланкою усіх підприємств, вони повинні знати усі сфери та процеси її діяльності, тому розвиток для них дуже важливий. Менеджери самовдосконалюються, аби стати висококваліфікованими управлінцями та для того, щоб знаходити нові підходи до управління.

Важливою проблемою є те, що власник підприємства є менеджером та він прагне повної влади над усіма співробітниками. Така людина не приймає ініціативу підлеглих, сама обирає кадри, але не завжди вони є кваліфікованими і це може нашкодити організації.

Також проблемою менеджменту можна вважати розширювання підприємства, коли це не потребує необхідності. Якщо проаналізувавши організацію та не знайшовши причини розширювати, ви все одно це зробили, то це може призвести до колосальних збитків.

Поширеною проблемою є невміння правильно ставити цілі та завдання. Це може виникнути при маленькому досвіді керівника та незнання усього процесу. Таке невміння може призвести до витрат грошей на непотрібні речі та компанія може припинити розвиток.

Актуальною проблемою є старі погляди керівників. Нові технології вони не сприймають. Та віддадуть перевагу досвідченій людині, а ніж молодому фахівцю. На такому підприємстві складно розвиватися, бо нічого нового не впроваджують.

Недостатня мотивація або взагалі її відсутність значно впливає на працю співробітників. Стимул дуже важливий для людей і саме завдяки йому підприємство процвітає.

Проблемою є неправильно продумана організаційна структура та посадові обов’язки. Треба чітко визначити, хто та на якій посаді чим займається. Якщо кожен буде виконувати свої обов’язки, то процес буде йти правильно.

Можуть виникнути труднощі з гнучкістю менеджерів. Вони повинні вміти розмовляти з іншими, бути комунікабельним, а також швидко приймати рішення, розуміючи наслідки у подальшому.

Наявність таких проблем зумовлює пошук шляхів, які допоможуть їх уникнути, щоб досягти справжнього процвітання компанії. Це, зокрема:

1) уникання поєднання в одній особі власника та директора підприємства для запобігання надзвичайній централізації й авторитарності управління;

2) націлення керівників на достатнє обґрунтування необхідності розширення підприємства для запобігання небажаних розширень;

3) проведення курсів для досвідчених керівників, щоб інформувати про нові методики управління;

4) ротація керівників, яка проявляється у їх періодичний зміні для запобігання розвитку зайвого управлінського консерватизму;

5) можливість наймати молодших керівників, які будуть більш гнучкими в плані навчання та роботи. [2].

У менеджменті може з'являтися дуже багато проблем, які не дуже добре впливають на підприємство, тому треба вчасно помітити це та відредагувати свої дії, щоб далі продовжувати якісно працювати.

Джерела

1. *Івах С., Коханова О.* Сучасні проблеми українського менеджменту. Харків. URL: http://oldconf.neasmo.org.ua/node/1431.
2. *Михайлович П.* Основні проблеми менеджменту на підприємстві та шляхи її усунення. URL: http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-1947/.
3. *Павленко Д. С.* Основні проблеми менеджменту та шляхи їх вирішення.

Науковий керівник: *І. Ф. Куля*

О. М. ЧЕРНИШЕВА

канд. екон. наук, доц.,
Державний вищий навчальний заклад
"Український державний хіміко-технологічний університет"

НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ ГАЛУЗІ

У сучасній науковій думці питання аналізу привабливості галузі досліджувалися відомими вітчизняними та зарубіжними вченими. У роботах А. А. Томпсона та А. Дж. Стрікленда, Дж. Харрісона, З. Є. Шершньової представлені переліки показників, за якими проводиться оцінка привабливості галузі та аналіз галузі та конкурентного середовища для формування стратегії. І. Ансофф запропонував багатокритеріальний підхід до оцінювання привабливості ринку, заснований на критеріях зростання попиту, рентабельності, нестабільності та ключових чинників успіху. У роботі Д. Су та Д. Сульє наведена класифікація та характер впливу факторів, що визначають пропозицію, оскільки аналіз галузі вважається аналізом пропозиції. М. Портер запропонував модель галузевої конкуренції, у якій представлено 5 сил, що визначають конкуренцію у галузі, та фактори зовнішнього середовища опосередкованого впливу з метою демонстрації його ієрархічності.

Оскільки у стратегічному плануванні під галуззю розуміють не лише сукупність підприємств, які випускають однорідну продукцію, використовують однотипну сировину та матеріали, характеризуються спільністю вироб-

ничо-господарської діяльності (технологічних процесів, складу обладнання), близьким складом і кваліфікацією кадрів, але й вид та сферу діяльності, то для оцінювання привабливості галузі доцільно розглядати систему показників, що використовуються у матричних методах вибору стратегії. Зокрема, у моделі “General Electric-McKincey” використовується системні критерії для оцінювання привабливості галузі.

Методика А. А. Томпсона та А. Дж. Стрікленда передбачає не лише визначення показників привабливості галузі, а й більш ґрунтовний аналіз конкуренції. Аналіз галузі та конкуренції у ній пропонується проводити за 7 складовими: економічні характеристики галузі, аналіз конкурентного середовища, рушійні сили галузі, конкурентна позиція основних фірм/стратегічних груп, аналіз конкурентів, ключові фактори успіху у галузі, перспективи розвитку галузі.

Враховуючи рекомендації І. Ансоффа щодо визначення привабливості галузі, вважаємо, що методика А. А. Томпсона та А. Дж. Стрікленда може бути доповнена наступними складовими: рівень нестабільності галузі — оцінка загального рівня ризику діяльності у галузі; оцінка загальної привабливості галузі за інтегральним показником (короткострокова та довгострокова), який формується на основі аналізу та оцінювання складових привабливості галузі та конкуренції в ній.

О. О. ЧЕРНУШКІНА

канд. екон. наук, доц., доцент кафедри HR-інжиніринг у бізнес-економіці

Д. В. КУШНІР

здобувач вищої освіти,
Хмельницький національний університет, м. Хмельницький, Україна

КАДРОВА ПОЛІТИКА В ОРГАНАХ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Сучасний етап розвитку державотворення висуває проблему пошуку найбільш оптимального механізму управління персоналом органів місцевого самоврядування як центральної ланки місцевої влади. Кадрова політика органів місцевого самоврядування має враховувати усі сучасні наукові здобутки та надбання практики державного управління та публічного адміністрування як вітчизняного, так і закордонного досвіду.

Велика кількість науковців та фахівців державного управління — О. Аксьонова, К. Ващенко, А. Вишнєвський, С. Газарян, І. Гусак, Я. Жовнірчик, Д. Кац, Ю. Ковбасюк, О. Оболенський, В. Сороко, Ю. Сурмін, О. Хмельницька, О. Якубовський та ін. — досліджують як загальнотеоретичні аспекти дер-

жавного управління кадрами, так і конкретні напрямами реалізації кадрової політики. Проте, питання формування та удосконалення кадрової політики органів державної влади та місцевого самоврядування потребують детального дослідження.

Кадрова політика в органах влади та місцевого самоврядування в Україні ще не повністю відповідає сучасним вимогам і викликам. На різних рівнях влади досі відсутня програма дій щодо розвитку персоналу і кадровий процес зводиться до оволодіння негативними проявами в кадровій роботі, причинами конфліктів. Характеризується нестачею висококваліфікованих кадрів, трудової мотивації посадових осіб, засобів діагностики кадрової ситуації, оцінки кадрів і кадрів, прогнозування потреби в кадрах тощо. У відділах кадрів більшості органів державної влади немає програм розвитку персоналу [1].

Формування державної кадрової політики є досить складним, суперечливим процесом. Він може бути результативним у разі дотримання певних вимог за умови послідовної реалізації низки науково-методичних, законодавчих, політичних та організаційно-управлінських заходів. Розроблення концептуальних засад державної кадрової політики потребує врахування: наукових принципів пізнання соціальних явищ (системність, історизм, соціальна детермінованість); критичного осмислення та творчого застосування накопиченого наукового знання в галузі управління та кадрової діяльності; реального стану кадрового корпусу держави; критичного аналізу зарубіжного досвіду роботи з кадрами, його адаптації в Україні, беручи до уваги традиції та особливості менталітету [2].

До першочергових завдань щодо усунення несприятливих явищ у національному суспільстві є побудова досконалої кадрової політики у державному управлінні, а основним аспектом кадрової адміністративно-територіальної реформи має бути розвиток необхідного кадрового потенціалу. Також актуальним буде питання освіти та підготовки кадрів служб управління персоналом [1].

В умовах ринкової економіки одним з вирішальних факторів ефективності й конкурентоздатності Сатанівської селищної ради є забезпечення високої якості кадрового потенціалу.

Місцеве самоврядування на території громади базується на принципах, передбачених Конституцією України та Законом України “Про місцеве самоврядування в Україні”. У своїй діяльності селищна рада, селищний голова, депутати ради, інші органи та посадові особи, що формуються чи призначаються радою, дотримуються додатково принципів максимальної ефективності, сталості, екологічності, системності, відкритості, громадської участі, єдності [3].

За досліджуваний період 2020–2022 рр. у чисельності колективу Сатанівської селищної ради значних змін не відмічено. А саме, у 2020 р. коефіцієнт з прийняття кадрів становив 5,26, у 2021 р. збільшився до 9,76, а у 2022 р. знизився до 4,76. Разом з тим, коефіцієнт загального обороту кадрів у 2021 р. та у 2022 р. становив 12,19 та 7,14 відповідно за рахунок звільнення працівників.

Отже, можна стверджувати, що в селищній раді сформовано колектив, який може забезпечити якісне та успішне функціонування даної установи.

Продумана, гнучка, цілеспрямована кадрова політика — це не тільки висока ефективність діяльності установи, але й різностороння соціальна захищеність людини, сприятливий морально-психологічний клімат, комфортні умови праці, широкі можливості для самореалізації особистості. Сучасна кадрова політика в органах державної влади та місцевого самоврядування повинна носити інноваційний характер, що позитивно вплине на якість та ефективність їх роботи. Вимогою сьогоднішнього дня є застосування сучасних кадрових технологій, які передбачають формування нового стилю кадрового забезпечення органів державної влади високопрофесійним управлінським персоналом, здатним задовольнити потреби і очікування населення шляхом надання якісних адміністративних послуг.

Джерела

1. *Аксьонова О. В., Волківська А. М., Яценко О. М.* та ін.Тенденції розвитку кадрової політики в органах державної влади та місцевого самоврядування // *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2022. № 2. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=2620.
2. *Жовнірчик Я. Ф.* Сучасна кадрова політика в органах державної влади та органах місцевого самоврядування // *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 12. С. 102–107.
3. Офіційний сайт Сатанівської територіальної громади. URL: https://satanivska-gromada.gov.ua.

О. О. ЧЕРНУШКІНА

канд. екон. наук, доц., доцент кафедри HR-інжиніринг у бізнес-економіці

Р. Р. ФАРТУШНИЙ

здобувач вищої освіти,
Хмельницький національний університет, м. Хмельницький, Україна

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

На будь-якому етапі розвитку економіки найважливішим ресурсом підприємства, здатним підвищити його ефективність, постає управління персоналом. Головна мета ефективного управління персоналом полягає в забезпеченні підприємства працівниками, які відповідають вимогам посади та стратегії даного підприємства, а також їх соціальної адаптації. Побудова

ефективної системи управління персоналом, належна забезпеченість підприємства працівниками потрібної професійної підготовки справляє позитивний вплив на основні показники його виробничої, економічної, фінансової, соціальної діяльності.

Дослідження аспектів здійснення управління персоналом підприємства аграрного сектору зображені у працях таких науковців, як К. Дідур, І. Баланюк, Л. Сас, В. Кепко, Л. Шовкун, О. Савельєва, Я. Хомутовська, С. Воскобійник, Т. Ніщенко та інші. Проте, можна стверджувати, що питання управління персоналом сільськогосподарського підприємства досліджене недостатньо, що пояснюється його відносною новизною у зв'язку із трансформацією аграрного сектору до умов ринкової економіки.

Українське сільське господарство характеризується деформованою аграрною структурою, що включає:

1) індивідуальний сектор, орієнтований на традиційні товари і внутрішній споживчий ринок, забезпечення внутрішньої продовольчої безпеки;

2) корпоративний сектор, до складу якого входять агрохолдинги й великі сільськогосподарські підприємства зі значною часткою іноземного капіталу, орієнтованого на постійне розширення монокультуризації та експорту.

Довоєнні успіхи сільського господарства України (особливо його корпоративного сегмента) у вигляді технічного прогресу, зростання продуктивності праці, масштабів виробництва й експорту супроводжувалися значними соціальними й екологічними втратами всередині країни [1].

Однією з головних проблем управління персоналом сільськогосподарських підприємств є нестача кваліфікованих працівників, особливо в умовах відсутності конкурентного заробітку у порівнянні з іншими галузями. Також проблемою є відсутність стабільності заробітної плати та соціальних гарантій для працівників, що часто призводить до звільнення кваліфікованих фахівців з сільськогосподарських підприємств.

Для сільського ринку праці характерна й додаткова низка негативних тенденцій, таких як сезонність сільськогосподарських робіт, а отже, й нестабільність і нерівномірність оплати праці, а також втрата навиків кваліфікованих кадрів через закриття або ліквідацію сільськогосподарських формувань. Як наслідок, відбувається перехід таких фахівців у неформальну сферу зайнятості або трудову міграцію в мегаполіси та за кордон у пошуках нових робочих місць [2].

У сучасних умовах все більшою популярністю користується використання сучасних технологій у сільському господарстві. Однак, використання таких технологій потребує наявності кваліфікованих працівників, які зможуть їх ефективно використовувати. Тому удосконалення управління персоналом є важливим кроком для розвитку та впровадження новітніх технологій у сільське господарство.

Система управління персоналом в аграрному підприємстві повинна розкривати приховані знання персоналу, розширювати межі цих знань, змінювати відносини між людьми і тим самим збільшувати людський капітал, який сьогодні є найціннішим ресурсом аграрних організацій. Загальновідомо, що

вихід сільськогосподарського підприємства на позиції лідера в конкурентній боротьбі можливий лише за умови становлення на інноваційний шлях розвитку. Водночас із практичним застосуванням соціально-економічних резервів ефективного використання робочої сили це матиме позитивний вплив не лише на формування та використання трудових ресурсів, а й підвищить рівень прибутковості підприємств аграрного сектора [3].

Отже, вдосконалення управління персоналом є важливим елементом розвитку сільськогосподарських підприємств в сучасних умовах. Ефективне управління персоналом в сільськогосподарському секторі дозволить збільшити продуктивність, покращити якість продукції та забезпечити стабільність в довгостроковій перспективі.

Джерела

1. *Бородіна О.* Сільське господарство України в умовах воєнного стану: уроки для суспільства і політиків. URL: https://www.nas.gov.ua/UA/Messages/Pages/View.aspx?MessageID=9288.
2. *Воскобійник С. Я.* Управління персоналом у сільськогосподарських підприємствах різних організаційно-правових форм господарювання // *Економіка АПК*. 2018. № 9. С. 86–92.
3. *Ніщенко Т. М.* Особливості управління персоналом в аграрному підприємстві // *Вісник Полтавської державної аграрної академії*. 2014. № 2. С. 189–192.

А. О. ЧИСТЯКОВА

студентка,
Державний біотехнологічний університет

С. О. ЗАЇКА

канд. екон. наук, проф. кафедри туризму

ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Маркетинг туристичних послуг — це комплекс дій, спрямованих на створення та просування туристичного продукту з урахуванням психологічних та соціальних факторів, що впливають на індивідуальні та групові потреби у відпочинку, розвагах та інших відповідних послугах, таких як проживання, транспортування та харчування.

Маркетинг у галузі туризму передбачає вивчення ринку та максимальний вплив на споживача з метою надання якісних туристичних послуг та отримання прибутку туристичною компанією [1].

Для ефективної реалізації маркетингової стратегії в туристичному підприємстві необхідно створити відповідну маркетингову службу. Маркетингова служба в структурі туристичної компанії є ключовим елементом, що забезпечує координацію дій всіх відділів компанії [2].

Залежно від масштабів та характеру діяльності туристичного підприємства, можуть бути застосовані різні організаційні структури для маркетингового відділу. Основними варіантами структур є функціональна, продуктова та регіональна. Функціональна структура передбачає відповідальність за кожне функціональне завдання окремою особою або групою осіб, такі як розробка туристичного продукту чи збут.

Організація за продуктовим принципом передбачає створення команд, які працюють над конкретними продуктами або послугами. Така структура дозволяє більш ефективно керувати розробкою та маркетингом окремих продуктів.

Організація за регіональним принципом орієнтується на конкретний регіон або місцевість туристичної діяльності. В такій структурі команди працюють над розробкою та просуванням туристичних продуктів, спрямованих на конкретний регіон [3].

Вибір організаційної структури маркетингового відділу залежить від потреб компанії, розміру та складності бізнесу, а також від наявних ресурсів та кадрів.

Усі підприємства мають свої цілі, які вони прагнуть досягти через свою діяльність, і ці цілі є основою для розробки маркетингових планів та програм. Процес виконання цих планів та програм повинен забезпечувати поступове досягнення поставлених цілей. Щоб оцінити, наскільки успішно виконуються маркетингові програми та чи досягаються поставлені цілі, необхідно мати систему маркетингового контролю [1].

Контрольний процес включає чотири основні етапи:

Встановлення планових показників і стандартів, які відображають цілі та норми, що мають бути досягнуті.

Отримання фактичних значень показників та оцінка відповідності до плану.

Порівняння планових та фактичних показників з метою виявлення розбіжностей.

Аналіз результатів порівняння та виявлення причин відхилень, а також прийняття рішень для корекції діяльності туристичного підприємства.

Шляхом впровадження системи маркетингового контролю в туристичному підприємстві можна забезпечити ефективний моніторинг та оцінку його діяльності, а також вчасно виявляти недоліки та приймати заходи для їх усунення. За рахунок зростання туристичного попиту, різні галузі національної економіки, що надають послуги туристам, можуть отримувати стимул для розвитку та збільшення виробництва.

Динамічний розвиток туристичного ринку та виробництва туристичних послуг, а також інші фактори, такі як структурні зміни в економіці, екологічні аспекти та нові громадські та державні орієнтири можуть вимагати зміни

в заявлених цілях, моделях розвитку та стратегіях маркетингу туристичних підприємств. Щоб забезпечити ефективну відповідь на зміни в зовнішньому середовищі та досягнення максимальних результатів у своїй діяльності, кожне туристичне підприємство має проводити періодичний стратегічний контроль маркетингу.

Маркетинг впливає на успіх підприємства, забезпечуючи ефективне задоволення потреб ринку та конкурентну перевагу. До недавнього часу, маркетинг не отримував достатнього визнання у сфері туризму, але зростання конкуренції та комерціалізація туристичної галузі привели до необхідності швидко впроваджувати його основні елементи в практику туристичного підприємства. Таким чином, сьогодні маркетинг є однією з ключових складових успіху будь-якого туристичного підприємства. Він допомагає залучати та утримувати клієнтів, збільшувати обсяги продажів, покращувати імідж та репутацію компанії, а також протистояти конкуренції.

Маркетингові стратегії повинні постійно оновлюватися та адаптуватися до змін у суспільстві, економіці та технологіях. Наприклад, із зростанням впливу соціальних медіа, туристичні підприємства мають розглядати цей канал комунікації як один з основних інструментів маркетингу.

Важливо також звернути увагу на розвиток інноваційних технологій, які можуть відкривати нові можливості для розвитку туризму [4]. Наприклад, впровадження віртуальної технології та розширеної реальності може допомогти залучати клієнтів та забезпечувати їм якісний та запам'ятовувальний досвід.

Усі ці фактори підкреслюють важливість маркетингу для туристичного бізнесу. Тому керівництво кожного туристичного підприємства має зосередитися на розробці та впровадженні ефективної маркетингової стратегії, яка допоможе досягти успіху в умовах постійних змін та конкуренції.

Джерела

1. *Zaika S. O., Kharchevnikova L. S., Zaika O. V.* Development of a marketing strategy for the development of the tourism industry on the base of competitive advantages // Integration vectors of sustainable development: economic, social and technological aspects: collective monograph. Poland The University of Technology in Katowice Press, 2023. P. 286–295.
2. *Правик Ю. М.* Маркетинг туризму: підручник. К.: Знання, 2008. 303 с.
3. *Zaika S. O., Kharchevnikova L. S.* Features of analysis of competitiveness of tourism industry subjects // Трансформаційні зміни національної економіки в умовах євроінтеграції: збірник тез VI Всеукраїнської науково-практичної конференції. Дубляни, 2022. С. 36–39.
4. *Zaika S. O.* Main factors of sustainable enterprise development // Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством : Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції. м. Полтава, 14–15 квітня 2022 р. Полтава, 2022. С. 579–581.

Б. І. ШАДЕНКО
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

УКРАЇНА ТА ГЛОБАЛЬНА ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА В УМОВАХ ВІЙНИ

Продовольча безпека набула статусу наукового феномену трохи менше півстоліття тому (1974 р., м. Рим), коли Продовольча та сільськогосподарська організація ООН (FAO) на Всесвітній конференції з проблеми продовольства вперше ввела його в обіг, як: "постачання в усі часи та в усьому світі належних основних продуктів харчування в обсягах, достатніх для підтримки неухильного зростання споживання продовольства та регулювання коливань виробництва та цін" [1].

Безперечно, величезну роль у становленні продовольчої безпеки зіграв Всесвітній продовольчий саміт у 1996 році (м. Рим). Згідно з уточненим і наукомісткішим визначенням у Римській декларації продовольча безпека виражається в "ситуації, в якій всі люди в будь-який час мають доступ до достатньої кількості в безпечних і поживних продуктах для задоволення своїх потреб і переваг у їжі для активного і здорового життя". З того часу в силу своєї функціональної привабливості це визначення широко використовується багатьма авторами в роботах, цитується і приймається ними як даність.

Продовольча безпека у ширшому сенсі, як стан економіки держави, яка здатна забезпечити продовольчу незалежність, гарантувати продовольчу доступність для кожного громадянина країни в обсягах не менших за раціональні норми споживання, швидше за все, відображає "стратегічну мету, ніж вказує конкретний шлях".

Заслуговує уваги думка про мінімізацію значної залежності країни від імпорту продовольства, головним чином, через розвиток аграрної сфери, як стратегічно важливої галузі економіки, спрямованої на забезпечення населення продовольством. Таким чином вважаючи, що від її стану залежить продовольча незалежність держави, зумовлюючи цим її економічну зрілість і політичну обстановку у ньому.

Проблеми екологічного характеру в основному пов'язані з проблемами, які стоять перед сільськогосподарським виробництвом, високого ступеня залежності від природно-кліматичних умов, опустелювання, виснаження, деградації земель та ряду інших факторів та явищ, що входять у явну суперечність з інтенсифікацією сільськогосподарського виробництва.

У 2022 році світ отримав новий виклик внаслідок повномасштабної війни росії проти України, коли продовольча безпека на світовому рівні опинилася під загрозою. Кілька місяців світ балансував на межі загрози цілим регіонам недоотримати зерно, кукурудзу, олію, цукор, порушилися баланс та логістика поставок їжі, і тільки зосередженість багатьох урядів дала можливість частково вирішити цю проблему. Від початку роботи "зернового коридору" завдя-

ки відновленню роботи трьох морських портів Україна експортувала 25 млн тонн продовольства до країн Азії, Європи та Африки, у тому числі 500 тис. тонн до найбідніших країн третього світу.

Агресія росії проти України стала глобальним випробуванням для продовольчої безпеки світу, адже внесок України до світового продовольчого ринку у 2021 р. був еквівалентним забезпеченню харчуванням близько 400 млн осіб [2]. При цьому Стратегія розвитку України до 2030 року передбачає забезпечення продовольством 1 млрд населення світу. Перемога у війні с росією і відновлення економіки країни дозволить досягти цієї цілі та залишитися гарантом продовольчої безпеки в світі.

Джерела

1. Продовольча та сільськогосподарська Організація ООН, статистична база. URL: https:// www.faostat.fao.org (дата звернення: 02.02.2023).
2. Україна годує 400 млн людей у світі. URL: https://agronews.ua/news/ukrayina-goduye-400-mln-lyudej-u-sviti/.

Науковий керівник: *М. В. Сідненко, старший викладач*

С. Г. ШЕВЧЕНКО

канд. екон. наук, доц., доцент кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів, Інститут сталого розвитку ім. В.Чорновола, Національний університет "Львівська політехніка"

ОЦІНКА ЯКОСТІ НАДАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ КВАЛІМЕТРИЧНИМИ МЕТОДАМИ

Відомо, що проблема оцінки якості послуг не є універсальною, оскільки показники якості товарів і послуг специфічні в кожному окремому випадку. В туристичному регіоні оцінка відповідності послуг очікуванням споживачів є основною під час створення якісного туристичного продукту.

Сучасним підходом до вивчення туристичного потенціалу є застосування на практиці кваліметричних методів оцінки якості послуг. Відповідно до теорії Джеймса Макенса, туристичні послуги включають послуги суб'єкта туристичної діяльності з розміщення, харчування, транспорту, інформаційні та рекламні послуги, послуги закладів культури, спорту, способу життя та розваг, спрямовані на задоволення потреб туриста. Класичним визначенням поняття "туристичний продукт", як комплексу послуг у сфері туризму, є таке визначення Філіпа Котлера, професора маркетингу Північно-Західного університету США: туристичний продукт — це все, що може задовольнити бажання або потреб і пропонується ринку з метою привернення уваги, придбання, використання чи споживання [1].

Якість туристичних послуг слід розглядати комплексно, для чого необхідно визначити оптимальний набір показників, що характеризує якість туристичних послуг. Так, показники якості послуг можна розділити на — аналітичні, емпіричні та очікувані. Аналітичні системи — це індикатори, які покупці можуть оцінити перед покупкою. Емпіричні показники якості послуг виникають у процесі обслуговування і не можуть бути визначені до придбання туристичного ваучера, такі як ввічливість, чуйність, професіоналізм персоналу, пізнаваність, повнота та достовірність інформації, наданої гідом під час туру, враження від побаченого. До очікуваних показників якості відносяться показники, які турист не може оцінити навіть після споживання туристичного продукту.

З іншого боку, оцінка якості послуг — це визначення показників якості послуг з урахуванням достовірності та точності кількісних значень. Оцінка якості необхідна у випадках: розробки заходів щодо підвищення якості або конкурентоспроможності послуги; складання програми виходу підприємства на нові ринки; підготовки інформації для управлінського аналізу; здійснення інвестиційної діяльності; складання плану забезпечення якості тощо.

Серед іншого, для аналізу якості туристичних послуг доцільно використовувати різноманітні методи та моделі, серед яких — кваліметричні методи оцінки. Як відомо, кваліметрія — це наука, яка вивчає методику та питання комплексної кількісної оцінки якості будь-яких об'єктів. Отже, для туристичного продукту доцільно застосовувати такі методи:

• Диференційний метод оцінки якості об'єктів заснований на використанні єдиних показників якості шляхом визначення рівня досягнення показників базової величини. Вибір номенклатури єдиних показників оцінки якості оцінюваних послуг здійснюється з урахуванням вимог споживача, умов надання послуг тощо.

• Комплексний метод оцінки якості послуг заснований на використанні групи одиничних показників якості. Алгоритм розрахунку комплексних показників якості послуг містить визначення вимог споживачів до якості послуг; вибір номенклатури показників якості; визначення значень одиничних показників якості; вибір базових величин і розрахунок відносних показників якості; розрахунок комплексного показника якості послуг.

• Змішаний метод оцінки якості послуг ґрунтується на одночасному використанні окремих і комплексних показників якості. Цей метод передбачає порівняння найважливіших одиничних і групових показників з основними одиничними і груповими показниками.

Збільшення кількості туристичних об'єктів однозначно призводить до посилення конкуренції на ринку, що змушує шукати шляхи та засоби підвищення ефективності сервісної діяльності. Використання кваліметрії в оцінці якості туристичних послуг дає змогу застосувати кількісний підхід до визначення туристичного продукту з позицій вимірювання якості послуг, що надаються туристам. Виходячи з того, що якість туристичних послуг є результатом дії низки факторів, у кваліметричній моделі оцінки якості послуг, до

основних параметрів оцінки віднесено показники, які характеризують технічну, функціональну та етичну якість туристичних послуг, окремих видів товарів, робіт, послуг, що входять до туристичного продукту, та туристичного сервісу в цілому.

Таким чином, оцінка якості послуг є неодмінним елементом системи управління туристичною організацією, оскільки дозволяє своєчасно надавати інформацію для аналізу та прийняття управлінських рішень.

Джерела

1. *Philip Kotler, John T.* Bowen and Seyhmus Baloglu Marketing for Hospitality and Tourism. Publisher : Pearson; 7th edition, 2017.

А. ШЕВЧЕНКО(ЖАВОРОНКОВА)

здобувачка 1-го освітнього рівня спеціальності 073 "Менеджмент",
Сумський національний аграрний університет

ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ

На сьогодні банківський сектор відіграє важливу роль у забезпеченні інноваційного розвитку економіки країни. Вирішення поставленої задачі вимагає її конкурентоспроможності та інноваційної спрямованості всіх фінансово-кредитних організацій у своїй послідовності. У зв'язку з цим, перш за все, велика відповідальність і значення лежить на уряді з банками. Головним чином вони відіграватимуть основоположну роль у забезпеченні високого рівня інвестиційної активності в економіці у фінансовому забезпеченні ринкової інфраструктури.

Інновації в банківській справі стали у своєму прагненні задовольнити потреби клієнтів і суспільства в безпрецедентні часи. Провідні банки використовують технології, щоб спілкуватися з клієнтами, співробітниками та спільнотами більш значущими способами, оскільки світ рухається курсом до кращого неонормального. Цифровізація має величезний вплив на наше життя в XXI столітті. Це змінює галузі, змушуючи їх або приймати інновації, або залишатися позаду конкурентів. Особлива роль у цьому процесі відводиться банківському сектору, який є лідером у впровадженні нових цифрових банківських інновацій та рішень у сферу своєї діяльності, які надалі слугуватимуть каталізаторами цифровізації в інших секторах економіки. Світ банківської справи переживає історичну трансформацію. Нові технології покликані відповідати зростаючим очікуванням клієнтів, які є вимогливими та вибагливими до фінансових послуг. Клієнти очікують якісного обслуговування, що спонукає банки прагнути вдосконалювати та покращувати те, що вони можуть запропонувати, щоб задовольнити зростаючі потреби. Багато

банків вдаються до послуг розробки додатків і веб-розробок для створення та впровадження передових рішень. У зв'язку з цим останнім часом зросла якість банківських послуг, кількість нових банківських додатків та швидкість їх доставки споживачеві [1].

Інновації в цій економіці відкритої банківської платформи рухаються різними силами, які всі учасники ринку прагнуть контролювати. Ці сили є основними рушійними силами, які стимулюють інновації у відкритому банківському бізнесі — сама екосистема, орієнтація на досвід користувача та дані. Внутрішні фактори оцінюють ефективність управління банком, такі як ризик, ліквідність, ефективність та експлуатація, серед інших показників.

Банківські інноваційні технології повинні визначатися як набір нових банківських послуг прийняття та методів організації банку, що впливає на розвиток банку у всіх сферах його діяльності та підвищення ефективності діяльності банку (задоволеність вимог клієнтів, банківських працівників та його акціонерів). Вибір будь-якої стратегії, включаючи інноваційну, завжди передбачає створення індивідуального організаційного економічного механізму, що забезпечує його впровадження [2].

Таким чином немає сумнівів в важливості інноваційної діяльності в банківській сфері яка є однією з найбільш розвинених і технологічних галузей, тому інновації в цій сфері є надзвичайно важливими. Деякі з найбільш значимих інновацій в банківській сфері на сьогоднішній день включають наступні: цифрові банкінгові послуги, які дозволяють клієнтам здійснювати фінансові операції онлайн що зробило банківські послуги більш доступними та зручними для клієнтів; мобільні додатки які дозволяють клієнтам перевіряти баланс свого рахунку, здійснювати платежі та перекази грошей з будь-якого місця з мобільним зв'язком; безконтактні технології та платежі, такі як NFC, дозволяють клієнтам здійснювати платежі, просто приклавши свою картку до терміналу; фінтех-стартапи дозволяють клієнтам отримувати доступ до більш інноваційних банківських послуг, таких як електронні гроші, кредитні картки з кешбеком та інші; штучний інтелект та машинне навчання для автоматизації процесів, покращення відділень обслуговування клієнтів та зменшення ризику шахрайства; blockchain технології — це розподілена база даних, яка зберігається на різних комп'ютерах в мережі і забезпечує безпеку та недоступність для зміни вже збережених даних. Ця технологія вперше була використана для створення криптовалюти Bitcoin, але в даний час її використовують для розв'язання різних завдань у різних галузях, включаючи банківську сферу. Тобто банки, що розвиваються новим технологічним та економічним способом, повинні шукати нові моменти застосування власного капіталу.

Джерела

1. *Золотарьова О. В., Чекал А. А.* Інноваційні банківські продукти та специфіка їх упровадження в Україні // *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. Економічні науки.* 2016. Вип. 16. С. 112–115.

2. *Гришова І., Шестаковська Т.* FinTech бізнес та перспективи його розвитку в умовах легалізації криптовалюти в Україні // *Наукові праці Інституту законодавства Верховної Ради України.* 2018. С. 77–89.

Науковий керівник: *Н. В. Стоянець, д-р екон. наук, професор кафедри менеджменту ім. проф. Л. І. Михайлової Сумського НАУ*
natalystoyanez@gmail.com

І. А. ШЕСТАКОВ
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА З ВИКОРИСТАННЯМ ІНСТРУМЕНТІВ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

Розвиток інтернет-просування продукції безпосередньо пов'язаний з розвитком мережі інтернет. Поява мережі інтернет дала користувачам мережі можливості придбання, обміну та продажу інформації, поширення рекламних повідомлень тощо.

Еволюція розвитку інтернет-маркетингу свідчить про те, що він став місцем застосування стратегій маркетингу прямого відгуку. Виявилося, що в інтернеті дані методи дійсно ефективні, адже можна не тільки підтримувати постійний контакт із клієнтами, а й оперативно відстежувати статистичні дані. Крім того, інтернет-маркетинг дає можливість охопити максимальну аудиторію.

Інтернет-маркетинг є управлінським та соціальним процесом, який застосовується для задоволення потреб інтернет-користувачів в отриманні інформації, безконтактної купівлі або продажі товарів та послуг. Інтернет-маркетинг передбачає активацію творчих, організаційних та технічних елементів маркетингу у мережі інтернет. Мова йде також про розробку та створення інтернет-ресурсів, реалізацію завдань щодо розміщення реклами, просування товарів та послуг компанії. Основною метою інтернет-маркетингу виступає збільшення прибутку компанії за рахунок максимального задоволення потреб інтернет-користувачів, які належать до цільової аудиторії [1, с. 34].

Основним завданням інтернет-маркетингу є визначення потреб інтернет-користувачів, які належать до цільової аудиторії товару (бренду), та запропонувати їм саме ті товари, які можуть задовольнити ці потреби із використанням усіх комунікаційних можливостей, якими володіє компанія у мережі інтернет.

Інтернет-маркетинг має наступні особливості, які надають йому суттєву перевагу над традиційним маркетингом [2]:

1) можливість інтерактивної взаємодії з інтернет-аудиторією, підтримання контактів з клієнтами, контроль та управління цими процесами;

2) можливість таргетування, тобто, цілеспрямована демонстрація власної реклами тільки цільовій аудиторії і відповідне підвищення ефективності рекламного впливу;

3) можливість застосування інструментарію веб-аналітики, яка допомагає визначити, які заходи виявилися максимально ефективними з точки зору залучення на сайт компанії відвідувачів, які у подальшому здійснили покупки.

Сучасні технології інтернет-просування продукції компанії поділяють на традиційні та інноваційні. До традиційних технологій просування у інтернеті відносять інструменти, які добре себе зарекомендували у минулому. Мова йде про пошукову оптимізацію, медійну та контекстну рекламу, e-mail маркетинг. До інноваційних методів включають оригінальні рекламні носії, інструменти контент-маркетингу, використання соціальних мереж для просування сайту, штучний інтелект та доповнена реальність.

Інтенсивний розвиток комунікаційних технологій, подальша глобалізація інформаційних зв'язків та мереж призвели до такого комунікаційного феномену як соціальні мережі. Доцільність присутності компаній та організацій у соціальних мережах складно переоцінити. Основною причиною є те, що, у першу чергу, комерційні організаціє розглядають соціальні мережі як місце взаємодії з цільовою аудиторією, донесення до неї рекламної інформації, ефективний інструмент просування продукції та отримання прибутку.

Компаніям на українському ринку необхідно інтегрувати свої зусилля до соціальних медіа, щоб уникнути розрізнених повідомлень та зберегти єдине сприйняття компанії. Потенційна кількість споживачів і чіткість таргетування в мережі дозволяє досягати більшої ефективності реклами, а значить вирішення завдань маркетингу різко зростає, якщо використовувати соціальні мережі як один із найважливіших інструментів комунікаційної роботи.

Джерела

1. *Бойчук І. В., Музика О. М.* Інтернет в маркетингу: навч. посібник. URL: https://uchebnik-online.net/book/823-internet-v-marketingu-navchalnij-posibnik-bojchuk-i-v-muzika-o-m/51-87-kompleksnij-pidxid-do-ocinyuvannya-efektivnosti-internet-reklami.html (дата звернення 13.03.2023)
2. *Мозгова Г. В.* Інструменти інтернет-маркетингу та їх переваги для сучасних українських підприємств // *Ефективна економіка.* 2018. № 10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2429 (дата звернення 13.03.2023)

Науковий керівник: *В. Г. Гноєвий, канд. екон. наук, доц.*

Д. С. ШИЛО
здобувач вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет

С. О. ЗАЇКА
канд. екон. наук, проф. кафедри туризму

КЛАСИФІКАЦІЯ ТУРИЗМУ

Туристичні види діяльності можна розподілити на різні групи, виходячи з таких ознак, як: ціль подорожі, тривалість, місце перебування, особисті вимоги та фінансові можливості клієнтів.

У світовій практиці розрізняють три основних типи туризму:

- внутрішній туризм — це подорожі громадян в межах своєї країни, які постійно проживають тут;
- в'їзний туризм — це подорожі громадян, які не постійно проживають в країні, але відвідують її для туристичних цілей;
- виїзний туризм — це подорожі громадян своєї країни до інших країн.

Ці три типи туризму можна комбінувати, щоб сформувати наступні категорії туризму:

- туризм у межах країни — це комбінація внутрішнього та в'їзного туризму, коли громадяни подорожують в різні частини своєї країни;
- національний туризм — це поєднання внутрішнього та виїзного туризму, коли громадяни подорожують як в межах своєї країни, так і за її межами;
- міжнародний туризм — це комбінація в'їзного та виїзного туризму, коли громадяни подорожують до інших країн для відпочинку та розваг.

Згідно Проєкт Закону України від 15.10.2020 р. № 4162-1 "Про внесення змін до Закону України "Про туризм", існують різні типи туризму "залежно від категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі (поїздки, відвідування), їхніх цілей, об'єктів, що використовуються або відвідуються, чи інших ознак існують такі види туризму: дитячий, молодіжний, сімейний, для осіб похилого віку, для інвалідів, культурно-пізнавальний, лікувально-оздоровчий, спортивний, релігійний, екологічний (зелений), сільський, підводний, гірський, пригодницький, мисливський, автомобільний, самодіяльний тощо" [4].

Аналізуючи різні класифікації видів туризму [1–4], можна зробити висновок, що кожна з них має свої переваги та недоліки. Однак, якщо зосередитися на класифікації за метою туру, географічним принципом, числом учасників і за способом пересування туристів, можна створити досконалішу та більш зручну класифікацію.

За метою туру можна виділити такі типи туризму, як культурно-історичний, рекреаційний, екскурсійний, гастрономічний, медичний та інші. Ця кла-

сифікація допомагає туристам вибирати тур відповідно до своїх потреб та бажань.

Географічний принцип передбачає виділення туризму за територією проведення туру. Це може бути внутрішній туризм, міжнародний туризм та туризм за регіонами або країнами.

Класифікація за числом учасників може включати такі види туризму, як індивідуальний, груповий та сімейний туризм. Ця класифікація дозволяє врахувати різні потреби туристів та забезпечити комфортний відпочинок для кожного.

Крім того, за способом пересування туристів можна виділити автомобільний, залізничний, повітряний, водний та пішохідний туризм. Ця класифікація дає змогу планувати тур залежно від зручності пересування та бажаної манери проведення відпочинку.

Така класифікація дозволяє більш детально визначити специфіку туру і адаптувати його до потреб та інтересів конкретної групи туристів.

Таким чином, класифікація туризму за метою туру, географічним принципом, числом учасників та способом пересування туристів допомагає краще розуміти сутність різних видів туризму, їхні особливості та специфіку, що в свою чергу може бути корисним при розробці туристичних продуктів та просуванні їх на ринку. Однак, варто зазначити, що ця класифікація не є остаточною та повною і може бути доповнена залежно від потреб туристів та розвитку туристичної галузі в цілому.

Джерела

1. *Zaika S.* Business tourism industry: evolution and principles of organization // Modern Issues of Physical Education, Sports, Tourism-Local History, and Physical Culture, and Recreation Work. Monograph. Scientific editors: Nataliia Khlus and Tadeusz Pokusa. Opole: The Academy of Applied Sciences – Academy of Management and Administration in Opole, 2023. P. 5–45.
2. *Zaika S. O., Kharchevnikova L. S.* The role of innovations in the development of tourism Глобалізація та розвиток інноваційних систем: тенденції, виклики, перспективи [Електронне видання]: матеріали І Міжнар. наук.-практ. конф., 3–4 листопада 2022 р. / Держ. біотехнологічний ун-т. Харків, 2022. С. 76–78.
3. *Огієнко А. В.* Видові ознаки класифікації туризму: регіональний аспект // *Modern Economics.* 2020. № 20(2020). С. 167–174. DOI: https://doi.org/10.31521/modecon.V20(2020)-27.
4. Проєкт Закону України від 15.10.2020 р. № 4162-1 “Про внесення змін до Закону України “Про туризм” та деяких інших законодавчих актів щодо створення економічних стимулів розвитку туристичної галузі”. Режим доступу: https://ips.ligazakon.net/document/JI03429A?an=5&scop=74&fcop=236.

Б. М. ШУЛЬЖЕНКО
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ

Сучасна концепція маркетингу представляє собою комплекс підходів щодо аналізу ринку, формування та стимулювання попиту, врахування ринкових факторів на всіх стадіях виробничого процесу, раціоналізації, просування товарів по каналах просування до кінцевого споживача, фінансового забезпечення виробництва та обігу, ціноутворення, контролінгу, рекламної та міжнародної діяльності [2].

Для виконання цих завдань найбільш ефективним засобом комунікації виступає інтернет, який володіє великим потенціалом для створення глобального електронного ринку шляхом використання інформаційних технологій. Однією з ключових рушійних сил цього процесу виступають інформаційні технології. Зараз вони є незамінним інструментом забезпечення взаємодії між учасниками ринку та високоефективним механізмом реалізації цілей бізнес-одиниць.

Об'єктом маркетингової діяльності на електронному ринку виступає інформаційно-аналітична та експертно-дослідницька діяльність підприємства (організації, компанії), яка широко використовує мережеві інформаційні системи та технології для вибору конкурентної позиції на даному ринку; визначення стратегій просування та розподілу товару; вибору рекламної та цінової політики з урахуванням всієї сукупності факторів зовнішнього та внутрішнього середовища в умовах ризику та невизначеності [1].

Незважаючи на порівняльну молодість інтернет-торгівлі, щорічно спостерігається її стрімке зростання. Покупки в інтернеті набирають все більшої популярності, а для деяких вони стали заміною традиційних походів у магазин. Інтернет-магазин — це інтерактивний веб-сайт, який рекламує товари чи послуги, приймає замовлення на покупку, надає користувачам можливість вибирати варіанти оплати, отримувати замовлення та виставляти рахунки на оплату. З технічної точки зору, інтернет-магазин можна визначити, як багатофункціональний програмний модуль, вбудований у веб-сайт і призначений для продажу продуктів компанії через Інтернет.

Переваги інтернет-магазинів:

- доступність систем онлайн-торгівлі в будь-якій точці світу за умови доступу до мережі Інтернет;
- розширення меж ринку — можливість охоплення аудиторії на глобальному рівні;
- зниження витрат на створення та утримання бізнесу, в т. ч. на логістику за рахунок зменшення кількості посередників у ланцюжку збуту або взаємодію безпосередньо із споживачами;

- підвищення ефективності бізнес-процесів, продуктивності компанії загалом;
- можливість інтерактивності та сумісності в реальному часі — двостороння комунікація, забезпечена сумісністю інформаційних систем, дозволяє оперативно приймати багато маркетингових рішень та взаємодіяти з клієнтами;
- для споживача: цілодобове обслуговування та підтримка, великий вибір товарів та послуг, доступність інформації про магазин та товари, нижчі ціни, можливість порівняння пропозицій та обміну інформації з іншими споживачами.

У той же час на ринку інтернет-торгівлі спостерігається жорстка конкуренція, боротьба ведеться буквально за кожного покупця, та адаптуватися під нього стає дедалі складніше, а витрати на інтернет-маркетинг стають все більш вагомими. Відзначимо, що дедалі важче вирішувати завдання забезпечення інформаційної безпеки в умовах активного розвитку інформаційних технологій (захист персональних даних, кіберзлочинність). Це приводить до появи проблеми довіри частини споживачів до онлайн-торгівлі, особливо це стосується нових інтернет-майданчиків.

Підсумовуючи, можна сказати, що високий рівень якості обслуговування і культура сервісу є інструментом, який сприяє формуванню доброго відношення до компанії. Тому потрібно навчати співробітників усім необхідним прийомам якісного обслуговування. Тільки у цьому випадку компанія зможе досягти великого успіху та налагодити комунікацію зі споживачем.

Джерела

1. *Заруба В. Я.* Маркетинг роздрібної торгівлі [Електронний ресурс] / В. Я. Заруба, І. А. Парфентенко. 2021. Режим доступу: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/41625/4/Book_2021_Zaruba_Marketynh_rozdrib_torhivli.pdf
2. *Тертичний О. О.* Особливості маркетингу в мережі Інтернет // *Економіка та суспільство*. 2017. № 12. С. 382–385. URL: http://economyandsociety.in.ua.

Науковий керівник: *В. Г. Гноєвий, канд. екон. наук, доц.*

П. І. ЮРЕВИЧ

ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

ВИЗНАЧЕННЯ РЕКЛАМНОГО БЮДЖЕТУ ПІДПРИЄМСТВА

Коли проведено позиціонування, поставлено цілі та завдання, проаналізовано ринок, тоді необхідно розраховувати рекламний бюджет, це і відбувається на другому етапі проведення рекламних та маркетингових компаній в

організації. При формуванні рекламного бюджету використовують такі методи, залежно від ситуації у компанії:

1. Перший метод визначає обсяг рекламного бюджету виходячи з чітко поставлених завдань та розпланованих заходів. Такий спосіб називається методом цілей і завдань. Він безперечно є основним. Він полягає в тому, що, спочатку проводиться аналіз, плануються певні заходи в маркетинговій компанії, які спрямовані на досягнення певних цілей та завдань, і виходячи з цього формується та розписується бюджет. Сума всіх витрат на ці заходи та акції є основним бюджетом рекламної компанії.

2. Другим метод є спосіб доступності та можливості. Протягом певного часу відстежуються і аналізуються продажі, попит, і з отриманих коштів формується бюджет який згодом, розподіляється на заходи, які за підсумками може дозволити собі фірма, над збиток. Тобто різниця і є бюджетом, крім основного прибутку, спрямованої основні витрати підприємства.

Однак цей спосіб формування має на увазі під собою, що планування реклами стають типовими витратами виробництва, схожими з витратами на виробництво і зарплату. Даний вид не стимулює продажу, він спрямований на те, щоб компанія була більш впізнаваною, завжди була на слуху, компанія налаштована на отримання найвищих доходів від рекламної компанії. Таким чином, цей бюджет формується залежно від обсягу продажу та попиту.

Формування бюджету, має безпосередньо залежати від поставленої мети підприємства. Іноді бюджет реклами формується на припущенні та майбутнього прибутку компанії, тоді визначається певний відсоток, який згодом і буде сумою рекламного бюджету компанії.

Але іноді відбувається так, що компанія сформувала рекламний бюджет, але його розмірів не вистачило на реалізацію всіх цілей та завдань, хоча у минулому періоді цієї суми було достатньо. Це може залежати, наприклад, від того, що компанія відкриває додаткову точку на ринку, для її розкручування та впізнаваності необхідно ввести кошти понад запланований бюджет у минулому періоді.

Концентрація уваги тільки на конкурентах не є правильною позицією для бізнесу. Наприклад візьмемо ситуацію коли роздрібно-торговельна точка розташована в місці з великою прохідністю, природно витрати такої організації на рекламу та інші способи залучення будуть набагато меншими.

Бюджети на просування компанії та бренду на пряму залежить від обороту та витрат в цілому, чим більший і масштабніший бізнес, тим більше ресурсів йде на його просування. У хороших умовах ринку бюджети на рекламу йдуть паралельно зростанню компанії, але в моменти криз це може бути як збитковість загалом так і не сезон для сезонних товарів, бюджети відповідно скорочуються.

"...Метод конкурентного паритету полягає у розрахунку вартості рекламного бюджету в такий спосіб, щоб рекламні витрати компанії відповідали її частці над ринком. У прямій залежності" [1].

"...Недоліком методу конкурентного паритету є те, що компанія, яка його використовує, втрачає можливість використовувати можливості, які з'явля-

ються на ринку. Якщо всі компанії, які створюють конкуренцію на ринку, без винятку, почнуть прагнути паритету, їхня ринкова частка залишиться незмінною (за умови, що маркетингові кампанії однаково ефективні). Виходячи з цього, кожна компанія вибирає для себе найбільш зручний та вигідний метод формування бюджету” [2].

Джерела

1. *Войчак А. В.* Маркетингові дослідження: навч.-метод. посібник для самостійного вивчення дисципліни. К.: КНЕУ, 2021. 119 с.
2. *Гаркавенко С. С.* Маркетинг: підручник. К.: Лібра, 2019. 712 с.

Науковий керівник: *В. В. Татарінов, канд. екон. наук, доц.*

А. С. ЮХНО

канд. екон. наук, доц.,
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПРОВЕДЕННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ ТОРГІВ В УКРАЇНІ

Повноцінний ринок земель сільськогосподарського призначення в Україні функціонує з 01.07.2021 р. Відповідно набувати право власності на земельні ділянки сільськогосподарського призначення можуть громадяни України; юридичні особи України, створені і зареєстровані за законодавством України, учасниками (акціонерами, членами) яких є лише громадяни України та/або держава, та/або територіальні громади; територіальні громади та держава. Загальна площа земельних ділянок сільськогосподарського призначення у власності громадянина України не може перевищувати 10000 га. До 2024 року купувати до 100 га земель сільськогосподарського призначення можуть тільки фізичні особи — громадяни України. Продаж земельних ділянок сільськогосподарського призначення державної і комунальної власності забороняється.

Дані обмеження щодо набуття земельних ділянок сільськогосподарського призначення у приватну форму власності сприяють заохоченню до придбання права користування на земельні ділянки на умовах оренди чи емфітевзису на земельних торгах, що проходять у формі аукціону.

Земельні торги проводяться у формі електронного аукціону в режимі реального часу в мережі Інтернет, за результатами проведення якого укладається договір купівлі-продажу, оренди, суперфіцію, емфітевзису земельної ділянки з переможцем земельних торгів, який запропонував найвищу ціну за земельну ділянку, що продається, або найвищу ціну за придбання прав ем-

фітевзису, суперфіцію, або найвищий розмір орендної плати, зафіксовані під час проведення земельних торгів.

Земельні торги проводяться в електронній торговій системі, що перебуває у державній власності.

Порядок функціонування та адміністрування електронної торгової системи затверджує Кабінет Міністрів України.

Протокол про результати земельних торгів та договір, що укладається за результатами проведення земельних торгів (крім договору купівлі-продажу земельної ділянки), підписуються за допомогою кваліфікованого електронного підпису з урахуванням вимог Закону України "Про електронні довірчі послуги".

Підготовку лотів до проведення земельних торгів забезпечує організатор земельних торгів. Підготовка лотів до проведення земельних торгів включає:

а) виготовлення та затвердження у встановленому законодавством порядку документації із землеустрою (у разі формування земельної ділянки, зміни цільового призначення земельної ділянки та в разі, якщо відомості про земельну ділянку не внесені до Державного земельного кадастру);

б) державну реєстрацію земельної ділянки;

в) державну реєстрацію речового права на земельну ділянку;

г) отримання витягу про нормативну грошову оцінку земельної ділянки відповідно до Закону України "Про оцінку земель" у разі продажу на земельних торгах права оренди на неї;

ґ) проведення експертної грошової оцінки земельної ділянки відповідно до Закону України "Про оцінку земель", крім випадків проведення земельних торгів щодо набуття права оренди земельної ділянки;

д) встановлення стартової ціни продажу земельної ділянки, яка щодо земель державної та комунальної власності не може бути нижчою за експертну грошову оцінку земельної ділянки;

е) встановлення стартового розміру річної орендної плати, який щодо земель державної та комунальної власності не може бути меншим, ніж розмір орендної плати, визначений Податковим кодексом України, а щодо земельних ділянок державної та комунальної власності сільськогосподарського призначення сільськогосподарських угідь — не може бути меншим 7 відсотків їх нормативної грошової оцінки;

є) встановлення стартової ціни продажу прав емфітевзису, суперфіцію земельної ділянки, яка щодо земель державної чи комунальної власності не може бути нижчою за вартість відповідного права, визначену шляхом проведення експертної грошової оцінки земельних ділянок;

ж) визначення дати проведення земельних торгів.

Фінансування підготовки лотів до проведення земельних торгів забезпечує організатор земельних торгів.

Один лот складається виключно з однієї земельної ділянки або прав на неї.

Площа земельної ділянки сільськогосподарського призначення державної або комунальної власності, права оренди, емфітевзису якої виставляються на земельні торги, не може перевищувати 20 гектарів.

Ціною лота на земельних торгах є ціна продажу земельної ділянки, прав емфітевзису, суперфіцію та розмір орендної плати за користування земельною ділянкою.

Земельні торги за лотом вважаються такими, що відбулися, після сплати переможцем торгів ціни продажу земельної ділянки або відповідної плати за користування земельною ділянкою та сплати витрат на підготовку лота до продажу.

К. А. ЯВОРСЬКИЙ

Національний університет "Львівська політехніка"

ЗМІНИ ЦІН НА ПРОДУКТИ ХАРЧУВАННЯ ТА БЕЗАЛКОГОЛЬНІ НАПОЇ ПІСЛЯ ПОЧАТКУ ВІЙНИ В УКРАЇНІ

Повномасштабна війна, розпочата росією в Україні 24 лютого 2022 року, значно вплинула на життя українців та всього світу в цілому. Із економічної точки зору, вагомих змін зазнала уся ринкова система країни. Упродовж року активних воєнних дій, спостерігаємо спад ВВП України, стрімку інфляцію, падіння гривні і т. д. Різке підвищення цін на усі товари та послуги, а, зокрема, на продукти харчування та безалкогольні напої, стало одним з найбільш обговорюваних побутових проблем українців у 2022 році.

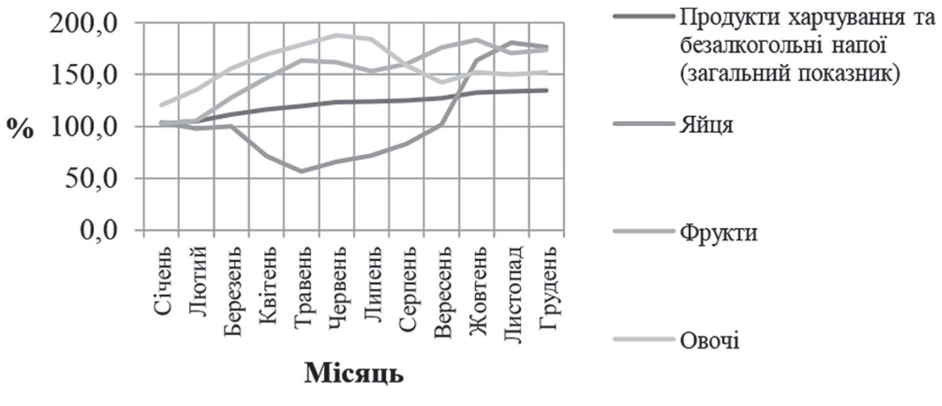
Однією із найважливіших причин стрімкого росту цін на полицях магазинів вважаємо перевищення попиту над пропозицією. Пояснюється це тим, що після початку повномасштабного вторгнення значна частина об'єктів промислового виробництва харчової продукції пошкоджена обстрілами, частково або ж повністю знищена. Багато підприємств (особливо у регіонах, розташованих поблизу тимчасово окупованих територій) були вимушені припинити своє функціонування або ж змінити місце розташування виробництва на безпечніше, що, зазвичай, вимагало втрати великої кількості часу і фінансових ресурсів. Попри це, уже релоковані підприємства виготовляли набагато менший обсяг продукції, що пояснюється менш сприятливими умовами виробництва на новому місці господарювання. На початку березня 2022 року заступник голови Національного банку Сергій Ніколайчук в інтерв'ю Forbes [1] повідомив, що близько 30 % підприємств в Україні повністю зупинили свою діяльність через війну, однак через рік цей показник значно зменшився шляхом перезапуску тих самих фірм чи заводів, створення нових або ж попередньо описаним способом зміни локації. Однак вирішенням дефіциту харчової продукції на початок війни стало збільшення обсягів імпортних продуктів харчування, що дало змогу українцям якнайменше відчути тимчасове припинення функціонування деяких вітчизняних

виробників. До прикладу, можна навести єдиний в Україні завод Coca-Cola, розташований у Великій Димерці на Київщині. Із першого дня війни завод закрили через вторгнення росії, через 15 днів його обстріляли. Однак уже в травні 2022 року його функціонування було відновлено.

Не менш важливим фактором росту цін на продукти харчування було і є утруднення логістики, через відсутність авіаперевезення вантажів, великої кількості бомбардування транзитних автомобільних та залізничних шляхів. Помітно впливає на ціноутворення високий рівень цін на пальне, що на початку війни також було у дефіциті.

Для візуалізації цінових змін у 2022 році наведемо графік індексу споживчих цін (ІСЦ) продуктів харчування та безалкогольних напоїв до грудня попереднього (2021) року, наглядно показавши динаміку продуктів, ціни на які найбільше зросли: яйця, овочі та фрукти (рисунок).

Отже, можемо виснувати, що овочі і фрукти, (вирощування яких сконцентровано на Півдні України у частковій окупації, поблизу із зоною бойових дій) почали зростати у ціні досить стрімко ще з початку року. Натомість яйця стали дорожчати приблизно у 3 кварталі, оскільки саме в той період було окуповано території, на яких було сконцентровано близько 20 % промислового виробництва яєць. Загальний показник значно перевищує ІСЦ минулих років. Розуміємо суттєвий територіальний вплив війни на харчову промисловість, однак на загальний ІСЦ продуктів харчування та напоїв — він виявляється сповна, активізуючи надмірний попит та інфляційні очікування споживачів.



ІСЦ продуктів харчування та напоїв у 2022 році
Джерело: згруповано, систематизовано та побудовано автором за [2]

Джерела

1. Через війну близько 30% підприємств повністю зупинили свою діяльність. Forbes Ukraine. URL: https://forbes.ua/news/cherez-viynu-blizko-30-pidpriemstv-povnistyu-zupinili-svoyu-diyalnist-19032022-4822 (дата звернення: 19.03.23).
2. Державна служба статистики України. Статистична інформація. Індекси споживчих цін на товари та послуги у 2022 році (до грудня попереднього року).

URL: https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.ukrstat.gov.ua%2Foperativ%2Foperativ2022%2Fct%2Fis_c%2Fisc2022gr_ue.xls&wdOrigin=BROWSELINK (дата звернення: 19.03.23).

Науковий керівник: *О. І. Корицька, канд. екон. наук*

Ю. О. ЯРЕМЕНКО
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ДОХОДІВ ПІДПРИЄМСТВА

Основний дохід кожного підприємства формується внаслідок його основної діяльності. Формування основного доходу сільськогосподарського підприємства відбувається за рахунок реалізації сільськогосподарської продукції.

Даний дохід є доходом операційної діяльності. Формування доходу від іншої операційної діяльності може формуватися за рахунок: доходу від первісного визнання та від зміни вартості активів, які обліковуються за справедливою вартістю; доходу від реалізації іноземної валюти; доходу від реалізації інших оборотних активів; доходу від операційної оренди активів; доходу від операційної курсової різниці; доходу від одержаних штрафів, пені, неустойки; доходу від відшкодування раніше списаних активів; доходу від списання кредиторської заборгованості; доходу від безоплатно одержаних оборотних активів [1].

Окрім формування доходу операційної діяльності, на підприємстві може здійснюватися і формування доходу від інвестиційної та фінансової діяльності.

Так підприємство може отримувати доходи від інвестицій, які здійснені в асоційовані, дочірні або спільні підприємства та облік яких ведеться за методом участі в капіталі.

Дохід може виникати в ході фінансової діяльності підприємства, зокрема дивідендів, відсотків.

Окрім доходів звичайної діяльності, на підприємстві можуть виникати і надзвичайні доходи внаслідок надзвичайних подій [2].

З економічної точки зору матеріальні витрати — це вартість сировини, матеріалів, купівельних напівфабрикатів та комплектуючих виробів, що підлягають монтажу або додатковій обробці на цьому підприємстві, допоміжних або інших матеріалів, використання яких можна прямо віднести на конкретний об'єкт.

Матеріальні витрати — це вартість ресурсів, інвестованих в обіг, або, у термінах П(С)БО, це "зменшення активів, за умови, що його розмір може бути достовірно визначений".

Таким чином, при розподілі доходу, підприємство витрачає його частину на придбання сировини і матеріалів, палива, енергії, допоміжних матеріалів для здійснення безперервного процесу виробництва.

Іншим елементом формування собівартості продукції є витрати на оплату праці.

Прибуток — найпростіша й одночасно найскладніша категорія ринкової економіки. Її простота визначається тим, що вона є стержнем і головною рушійною силою економіки ринкового типу, основним спонукальним мотивом діяльності підприємців у цій економіці. У той же час її складність визначається різноманіттям сутнісних сторін, які вона відображає, а також різноманіттям видів, у яких вона виступає.

З врахуванням розглянутих основних характеристик прибутку його поняття в найбільш узагальненому вигляді може бути сформульоване в такий спосіб: “Прибуток являє собою виражений у грошовій формі чистий доход підприємця на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємницької діяльності, що представляє собою різницю між сукупним доходом і сукупними витратами в процесі здійснення цієї діяльності” [3, с. 199].

Чистий прибуток підлягає розподілу залежно від цілей і завдань, які визначило саме підприємство. Механізм та пропорції розподілу прибутку значною мірою визначають інтереси учасників відтворюваного процесу і впливають на саму його ефективність. У зв’язку з цим конкретні форми і методи розподілу прибутку залежать від багатьох факторів. Для перспективного розвитку підприємства першочергове значення має пропорція розподілу чистого прибутку на споживання і накопичення. У межах фонду споживання важливе значення для інвестиційної привабливості підприємства має пропорція його розподілу на фонд виплати дивідендів та інші фонди споживання [4].

Джерела

1. *Беседін В.* Створення, становлення і трансформування системи планування в Україні // *Економіка України.* 2018. № 4 (485).
2. *Бець М.* Планування рентабельності виробництва // *Економіка України.* 2020. № 2 (459).
3. *Біла О. Г.* Фінансове планування і прогнозування: навч. посіб. Львів: Компакт-ЛВ, 2015. 312 с.
4. *Білик М. Д.* Бюджетування в системі фінансового планування // *Фінанси України.* 2003. № 3(88).

Науковий керівник: *В. С. Татарінов, канд. техн. наук, доц.*

І. О. ЯЦЕНКО
група ІН37-8-20Б1СПр, кафедра соціальної роботи та мовної підготовки, Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ЗАХИСТ ПРАВ ДІТЕЙ В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ

Сьогодні Україна має найбільш складний стан соціально-економічної сфери за весь період незалежності. Однією з проблем суспільства залишається поширеність сирітства.

Через війну в Україні тисячі родин потрапили у складні життєві обставини, багато дітей стали сиротами в біологічному або соціальному розумінні. Для будь-якої дитини це травма, а в умовах війни — особливо. Саме діти, питання захисту їх фізичного існування та психічного здоров'я, потребують найбільшої уваги, особливо з боку держави.

У статті 30 Закону України "Про охорону дитинства" зазначено: "Держава вживає всіх необхідних заходів для забезпечення захисту дітей, які перебувають у зоні воєнних дій і збройних конфліктів, дітей, які постраждали внаслідок воєнних дій, догляду за ними та возз'єднання їх із членами сім'ї, включаючи розшук, звільнення з полону, повернення в Україну дітей, незаконно вивезених за кордон. Усі дії держави стосовно захисту дітей, які перебувають у зоні воєнних дій і збройних конфліктів та дітей, які постраждали внаслідок цих дій, здійснюються відповідно до норм міжнародного гуманітарного права" [1].

З початку введення воєнного стану в Україні було прийнято чотирнадцять законодавчих документів, що стосуються захисту прав дітей в період воєнного часу. Беззаперечне виконання норм цих законодавчих документів усіма суб'єктами, які задіяні у сфері захисту прав дітей та максимальне забезпечення захисту прав дітей не лише своїх, місцевих, а і тих, хто прибув до регіонів з територій, які тимчасово окуповані або на яких тривають бойові дії, є завданням кожної громади в регіонах.

Пріоритетним напрямком політики держави є знаходження дитини в її біологічній сім'ї (в колі родинних стосунків). Якщо вищезазначене виявляється неможливим, то діючими формами влаштування дитини-сироти або дитини, позбавленої батьківського піклування, є усиновлення, встановлення опіки/піклування, влаштування до прийомної сім'ї або дитячого будинку сімейного типу.

Однією з найкращих форм влаштування дитини є її усиновлення. Зростання дитини в сімейному середовищі дає їй можливість отримати дім, тепло, захист та увагу дорослих, розвинути свій життєвий потенціал.

З початку війни процес усиновлення було призупинено. Це було спровоковано ризиками для інтересів дітей, адже виконати повну процедуру виявилося вкрай важко. Наразі **усиновлення під час війни** — це доступний процес з деякими **особливостями**:

- запроваджена діджиталізація, а саме можливість діяти онлайн — подання запиту на консультацію щодо усиновлення (і її отримання), заявки на облік кандидатів в усиновлювачі. Через портал “Дія” можна отримати консультацію з усиновлення, а також подати заявку;
- систематичне оновлення інформації про дитину (про стан її здоров’я, зміни у зовнішності тощо) в Єдиному електронному банку даних, що дає можливість кандидатам в усиновлювачі завжди мати актуальну інформацію.

Усиновлення в період війни провадять:

- у тих регіонах, де немає воєнних дій,
- де працюють державні органи влади України,
- щодо дітей, обставини життя батьків та інших родичів яких дають можливість встановити (підтвердити), що дитина дійсно залишилась сама.

Наразі уряд працює над удосконаленням системи прав захисту дітей, яка буде запроваджена одразу після війни; ведуться роботи над запровадженням нових послуг, спрямованих на цифровізацію та покращення сервісу в наданні послуг. Регіонально, представники соціальних служб працюють над збільшенням кількості підготовлених сімей і піклувальників, які будуть доглядати за дітьми у своїх сім’ях і робити все для збереження інтересів дитини за активної залученості та підтримки від соціальних працівників по всій Україні.

У лютому 2023 року на саміті Україна — ЄС Перша леді України Олена Зеленська та Президентка Єврокомісії Урсула фон дер Ляєн обговорили тему подолання сирітства та впровадження сімейних форм виховання.

“Вихованцями дитячих інтернатів в Україні є майже 25 тисяч сиріт. І, на жаль, кількість таких дітей щодня збільшується через російське вторгнення... Протягом кількох останніх місяців за допомогою порталу “Дія” понад 800 українських родин розпочали консультації щодо можливого усиновлення. Попри війну, всупереч їй — українці прагнуть ділитися сімейним теплом. Бути прийомною родиною в Україні зараз важко, як ніколи. Для прикладу: 343 прийомні родини, в яких виховується 1386 дітей, стали переселенцями всередині країни, бо втратили своє житло або не почуваються більше у безпеці. Ще 706 родин з 3093 дітьми виїхали за кордон. Їм також часто нема куди повертатися”, — зазначила Олена Зеленська [4].

Отже, кожна дитина, яка постраждала в період сучасних глобальних викликів та потребує підтримки, реабілітації чи підготовки до самостійного життя, повинна отримати кваліфіковану допомогу від компетентних спеціалістів.

Сподіваюсь, що удосконалення системи соціального захисту дітей та громадський обізнаний підхід до проблем дітей, постраждалих внаслідок війни, буде потужним стартом для розвитку сімейних форм виховання й усиновлення після перемоги. Переконана, що впровадження реформ та конкретних проєктів відбудови під гаслом “родина для кожної дитини”, розвиток послуг для родини з дітьми з відповідним фінансуванням, є одним з ключових пріоритетів відбудови й євроінтеграційного руху нашої країни.

Іноді втрата — це можливість збудувати нове, а не відбудовувати минуле.

Джерела

1. Закон України "Про охорону дитинства" від 26.04.2001 № 2402-III (із змінами) [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua.
2. *Кияниця З. П., Петрочко Ж. В.* Соціальна робота з вразливими сім'ями та дітьми : посіб. у 2-х ч.; Ч. І. Сучасні орієнтири та ключові технології. К. : ОБНОВА КОМПАНІ, 2017.
3. Євроінтеграційний портал [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://eu-ua.org/pro-portal.
4. *Зеленська Олена.* Обговорення теми подолання сирітства та впровадження сімейних форм виховання. [Електронний ресурс] // *Facebook.* Режим доступу: https://www.facebook.com/olenazelenska.official/posts/. Дата публікації: 02.02.2023. Дата перегляду: 15.03.2023

Науковий керівник: *Л. А. Поркіна, старший викладач кафедри соціальної роботи та мовної підготовки*

VITALINA BOLTYANSKAYA
Ariel University

YULIIA MALASHENKO
PhD, Dnipro Institute "Interregional Academy of Personnel Management"

ALINA YEFREMENKO
PhD, Dnipro Institute "Interregional Academy of Personnel Management"

ASSESSMENT OF THE LEVEL OF INFORMATION SECURITY OF THE COMPANY

Against the background of high-profile scandals about leaks and hacks, founders are increasingly thinking about how to provide a business with a decent level of security.

Depending on the resources that should be used by attackers for a successful attack, it is customary to distinguish five basic levels of security: initial, low, medium, significant and high.

At the initial level of protection are companies whose services can be attacked by any person after studying the necessary articles on forums or video guides. So, for example, first-year security students train.

To protect the company from novice hackers, you can apply static code analysis and use scanners. They will automatically detect and fix bugs and vulnerabilities of the site or application before the public release.

More sophisticated attackers can discover a vulnerability in a website or application by sending a variety of requests. Depending on the reaction of the system, they can change the attack vector.

At this level, the attacker is forced to use tools specifically designed to penetrate and be able to exploit the vulnerability for their own purposes.

For an attack on an average level of security, an attacker does not have enough publicly available tools — their improvement, the use of several techniques for bypassing protective mechanisms, and the experience of attacks on organizations of a similar type.

In this case, security analysis, manual testing, anti-DDoS solutions and available firewalls will be required. They allow you to find technical, logical and all those vulnerabilities that can lead to fraudulent operations or denial of service.

At the beginning of its existence, an online store or service is not interesting to "serious" hackers, but as the customer base accumulates and the turnover grows, the business becomes a target for attack. The number of people wishing to gain access to the system or personal data of customers is constantly growing.

The purpose of the analysis at this level is to identify all kinds of risks, their prioritization and further elimination. This will protect your business from attackers without significant resources and time to hack the system.

A significant level of protection is already a good reason why most attackers will refuse to spend time hacking a company. But in the case of targeted (including those that are made to order) attacks — real professionals and whole groups of hackers join hacking.

To overcome a significant level, attackers are forced to constantly improve or even develop special penetration tools. At this level, it is not about a single attack — it takes months and years to achieve the goal, and the methods are refined after each attempt, rejected by detection and deterrence measures.

If an attacker succeeds in gaining minimal privileges within your infrastructure during another attack, he will be able to authenticate as a legitimate user. This will make it possible to reuse the received data to access open addresses and increase the level of own privileges within the system. As a result, the hacker will gain domain administrator rights on one of the internal network machines and seize control of the entire infrastructure.

At a high level of protection, the attacker does not have enough skills and persistence — he needs to invest his own assets (material and financial), invent new scenarios for compromising the environment and innovative penetration methods, bribe or coerce company employees.

In order to defend against attackers with this level of training and motivation, it is not enough to think only about a system to protect against a single attack or a series of attacks. Processes become more important. It is necessary to develop and implement the rules for granting and revoking access for each employee, the procedure for monitoring suspicious activities and responding to incidents, and much more. For example, every employee should know exactly what to do and whom to contact when receiving a suspicious message, detecting unfamiliar files or programs on their work computer.

A business, especially a small one, often thinks that there is nothing to take from it. Yes, he will not be attacked purposefully, but you can simply fall under the "common comb". For example, if a company's website uses a popular Word-

Press plugin, attackers can write exploit code for that plugin, automatically scan the company's resources for its presence, and get into the company's server. As a result, miners will be installed on the server, the site will be hacked or the database files will be encrypted, followed by a ransom demand.

It is important to perceive information security as a complex problem and gradually increase the level of security.

If at the initial stage it is enough to go through the list of vulnerabilities and close them, then after setting up automatic vulnerability scanning systems, it is time to build processes.

IT processes are divided into different groups: incident management, backup processes, personal security policy — what should be done on a PC, which antivirus should be installed on it. For each group, you need to check and "close" the basic stages.

After the company has conducted a security analysis, implemented all protection practices and even formed an internal IS department, the question inevitably arises about the reliability of protection in practice, about weak points through which it is possible to penetrate inside the infrastructure.

Automated tools protect against basic errors. But they cannot understand the logic of the program and try to break it, as hackers do.

A pentest is a simulation of the actions of hackers to achieve critical consequences for the company.

The purpose of the pentest is to gain access to sensitive data by any means — hack the site, gain access to the employee's account, find the password from the internal knowledge base, and further develop the attack until you gain access to the database. Pentests are probably the best-known and most popular methods of practical protection testing today.

It is impossible even in theory to think through and predict all possible options for attacks and defenses against them. When companies reach the highest levels of security, but still strive for the ideal, they enter Bug Bounty, a program where people can be rewarded for finding complex exploits and vulnerabilities. IT giants such as Yahoo!, Google, Reddit, Square, Apple, Microsoft and many others participate in it. In essence, companies are officially giving the world permission to attack. Whoever succeeds in breaking your defenses will not only get money for finding vulnerabilities, but also the recognition of the entire industry.

For manufacturing, trading or transport companies, similar programs do not exist, but the protection measures remain the same — a comprehensive progressive increase in system security due to the correct processes.

References

1. *Hudz Y*. Cyber security or Information security? [Electronic resource] // *KO IT for business*. 2017. Mode of access to the resource: https://ko.com.ua/kiberbezpeka_chi_informacijna_bezpeka_120068
2. *Rayetskyi A*. Cybersecurity of business is not only technical measures [Electronic resource] // *LegalGroup*. 2020. Mode of access to the resource: https://legalitgroup.com/kiberbezpeka-biznesu-tse-ne-lishe-tehnichnizahodi

YELYZAVETA BORODAVKO
Fourth year student of Hotel and Restaurant Business,
Kyiv State University of Trade and Economics, Ukraine

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF VR- AND AR-TOURISM IN UKRAINE

New technologies are gaining popularity all over the world. They have become a promising area of development in any field, especially in tourism. A vivid example of the use of modern opportunities is virtual tourism. Over the past few years, its popularity in Ukraine has increased significantly, especially in the context of the COVID-19 pandemic and the war, when inbound tourism has almost stopped.

Virtual or augmented reality technologies help to explore a certain area in a few steps, to get acquainted with the history and architecture of cities without leaving your own room. At the peak of foreigners' interest in Ukraine, this makes it possible to popularize our culture, showcase the beauty of mountains and forests, rivers and plains, and thus draw attention to the importance of preserving Ukraine's cultural heritage.

In 2022, the issue of preserving architectural structures and historical monuments of archaeological, historical, aesthetic, ethnological, artistic, and scientific value became particularly acute [2]. Armed conflicts and wars cause devastating destruction caused by hostilities. Before the start of Russia's full-scale war against Ukraine, there were more than 500 museums, 65 historical and cultural reserves, and almost 170 thousand monuments on the territory of our country, including seven UNESCO World Heritage Sites (one of which is located on the temporarily occupied territory) [1]. Therefore, the issue of preserving the historical and cultural past has become very urgent, and the popularization of Ukraine has become an integral part of the life of every Ukrainian.

Many architectural and historical monuments are in a state of disrepair, and there is not enough time and financial resources to restore them, in which case digital technologies become the best way to restore their appearance, both externally and internally. In Ukraine, an association of artists and programmers called Very Digital Residencies [3] and the public organization Pixelated Realties [4] have become interested in this area.

Innovative methods help to create a three-dimensional model, scan and design a digital passport of the monument. Such measures are used to carry out further restoration and renovation work, draw up a plan of the area and the events that took place on its territory, and encourage tourists who can immerse themselves in augmented and virtual reality to travel back to the times of the Hetmanate and the nobility.

However, virtual tourism cannot yet fully meet the demand, as the process of creating 3D models has only been launched in the last few years. 3D modeling re-

quires a lot of detailed work, as the image is built on the basis of photographs and aerial photography from drones, which allows for mathematical representation of any shapes and structures in a computer program.

The Virtual Ukraine project, which is being implemented with the support of the State Agency for Tourism Development of Ukraine [6], was created to develop services aimed at advertising, informational awareness, and attracting investors. In order to entertain users and make virtual tours more interesting, the company uses the principles of gamification, when you have to complete tasks and answer questions during a VR or AR tour, which attracts tourists and makes the “journey” more fun and informative.

In 2022, Skeiron launched the #SaveUkrainianHeritage project [5], which conducts laser scanning and photogrammetry of architectural monuments affected by Russia’s armed aggression. In late September, they collected thousands of photos and were able to create a 3D model of Mariupol and the Drama Theater: “We strive to preserve the history and culture of our country so that future generations can learn what the Mariupol Drama Theater was like and what role it played in the life of the city”, the project authors wrote.

Thus, virtual tourism and augmented reality play not only an informational role, but also occupy a prominent position in recreating historical events, depicting social behavior and traditions, and broadcasting the country’s values. Ukraine’s rich cultural and historical background and technological resources give it great prospects in this area.

References

1. *Білаш К.* Від архітектури до віртуальних архівів: як Україна захищає культурні цінності. *LB.ua*. URL: https://lb.ua/culture/2022/04/01/511860_vid_arhitekturi_virtualnih.html (date of access: 18.03.2023).
2. Про охорону культурної спадщини : Закон України of 08.06.2000 no. 1805-III : as of 1 January 2023. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-14#Text (date of access: 18.03.2023).
3. Home — Pixelated Realities. *Pixelated Realities*. URL: https://vdr.pixelatedrealities.org/en/home-english/ (date of access: 18.03.2023).
4. Pixelated Realities — Ukraine. Culture. Creativity. Ukraine. Culture. Creativity. URL: https://uaculture.org/organisations/pixelated-realities/ (date of access: 18.03.2023).
5. Save Mariupol Heritage. Skeiron — лазерне сканування та інноваційні рішення для музеїв. URL: https://skeiron.com.ua/mariupol/ (дата звернення: 18.03.2023).
6. Virtual Ukraine – Презентація. URL: https://virtualukraine.info/ (date of access: 18.03.2023).

Scientific supervisor: *Oxana Khmil*

M. V. DASHKOVSKA
State University of Trade and Economics,
1st year of bachelor's degree, specialty "Management of foreign economic activity"

ACTUAL PROBLEMS AND PROSPECTS OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGION IN THE CONDITIONS OF MODERN GLOBAL CHALLENGES

The actual problems and prospects of a region's socio-economic development depend on various factors such as the region's resources, infrastructure, human capital, geopolitical situation, and global economic environment. Some of the common problems facing many parts of the world are poverty, unemployment, inequality, and lack of access to basic services such as healthcare and education. In addition, the current global challenges such as climate change, political instability, and epidemics are also affecting the socio-economic development of the region. One of the main prospects for a region's socio-economic development is to improve the quality of life of its citizens by creating more jobs, providing better education and healthcare, and investing in infrastructure. This can be achieved by attracting investment, developing industry and strengthening trade links with other regions.

However, the regions face several challenges in achieving their development goals. These challenges include limited resources, inadequate infrastructure, political instability, corruption and lack of access to technology. Furthermore, current global challenges, such as climate change, pandemics, and political conflicts, could seriously jeopardize the region's development prospects. To address these challenges, regional governments can focus on policies and initiatives that promote sustainable economic growth, improve social well-being, and strengthen communities' resilience to external shocks. This includes investing in renewable energy, improving access to education and healthcare, promoting innovation and entrepreneurship, and strengthening social safety nets.

In general, the socioeconomic development of a region is closely related to the global economic environment and the ability of regional governments to adapt to changes and new challenges. By implementing effective policies and strategies, regions can address challenges and achieve sustainable economic growth and development.

Given the country's lack of readiness for global competition and integration, the challenge of globalization to the world economy presents an objective need for Ukraine to develop. The development of the Ukrainian economy in the conditions of globalization takes place in conditions of incomplete systemic socio-economic and political transformation, which raises questions related to the optimal integration of the country's economy into the global economy. At the same time, the effects of globalization processes require new theoretical approaches to justify structural changes in national economic development patterns. The direction in

which the process of globalization affects national economies is rather complex and contradictory.

Globalization has deepened specialization and cooperation on a global scale, as well as the international division of labor. International competition stimulates the innovation process and the development of the latest technologies with the help of technology transfer between countries around the world. The modern Ukrainian development model is characterized by severe economic distortions: fragmentation of technological space, excessive social fragmentation, increased poverty, unemployment, population decline, man-made congestion and environmental degradation, reduction of domestic market capacity and national economy, growth of the informal economy, corruption growth etc. All of this points to structural imbalances in the Ukrainian economy.

The further strengthening of globalization processes will contribute to the aggravation of the problem of national identity, the solution of which is seen by many countries in the strengthening of state influence on international economic cooperation through the introduction of protectionist measures in the trade, migration, and investment spheres, which, in turn, will contribute to the strengthening of geoeconomic and geopolitical tension in the world. In these conditions, there is a need to form new foundations for global economic stabilization and development.

ANHELINA HALYNSKA
PhD, associate professor,
Sumy National Agrarian University

FORMATION METHODS FOR CONFLICT RESOLUTION IN THE COLLECTIVE, ITS ADVANTAGES AND DISADVANTAGES

Conflicts are inevitable in any organization, and their resolution requires an optimal approach that addresses the underlying issues while preserving relationships between the parties involved. There are various methods for conflict resolution, including mediation, negotiation, arbitration, and litigation. Each of these methods has its advantages and disadvantages, and choosing the most appropriate one depends on the nature and severity of the conflict [1, p. 19–61].

Mediation is a voluntary and informal process in which a neutral third party assists the conflicting parties in reaching a mutually acceptable solution. It allows the parties to communicate their needs and interests in a safe and confidential environment, and the mediator facilitates the negotiation process without imposing a decision. Mediation is particularly effective in resolving interpersonal conflicts, but it may not be suitable for complex or legal disputes.

Negotiation is a collaborative process in which the parties involved work together to find a mutually acceptable solution. Unlike mediation, negotiation does not require a neutral third party, and the parties themselves are responsible for reaching an agreement. Negotiation allows the parties to maintain control over the outcome and to consider various options before making a decision. However, it may be challenging to find common ground, especially if the parties have conflicting interests or values [2, p. 112–123].

Arbitration is a more formal process in which a neutral third-party act as a judge and renders a binding decision. It is often used in legal disputes, and the parties must agree to abide by the arbitrator's decision. Arbitration is faster and less costly than litigation, but it may not provide an optimal solution that considers the parties' needs and interests [3, p. 21–24].

Litigation is a legal process in which the parties involved present their cases to a judge or jury, who then render a binding decision. It is the most formal and costly method of conflict resolution, and it may strain relationships between the parties. Litigation is appropriate for disputes involving legal or contractual issues, but it may not provide an optimal solution that preserves the parties' interests [4, p. 24–25].

In conclusion, conflict resolution in organizations requires an optimal approach that considers the nature and severity of the conflict and the parties' needs and interests. Mediation and negotiation are effective in resolving interpersonal conflicts, while arbitration and litigation are more suitable for legal disputes. Organizations can benefit from implementing conflict resolution policies and training programs to prevent conflicts and promote a positive work environment.

References

1. *Moore C. W.* The mediation process: Practical strategies for resolving conflict (4th ed.) // *John Wiley & Sons*. 2017. P. 19–61.
2. *Lewicki R. J., Saunders D. M. & Barry B.* Negotiation (7th ed.) // *McGraw-Hill Education*. 2015. P. 112–123.
3. *Carver J. L., & Carver M. R.* Alternative dispute resolution: A conflict diagnosis approach (3rd ed.). 2018. P. 21–24.
4. *Folger J. P., Poole M. S. & Stutman R. K.* Working Through Conflict: Strategies for Relationships, Groups, and Organizations (7th ed.). 2017. P. 24–25.

K. S. SHAVLOVA
"International tourism", 3 course,
"State University of Trade and Economics"

CURRENT PROBLEMS AND PROSPECTS OF TOURISM INDUSTRY DEVELOPMENT IN UKRAINE

Formulation of the problem. The Ukrainian tourism sector, like the rest of the world, has suffered greatly and barely managed to survive. Although positive trends emerged towards the end of 2021, such as an influx of three million foreign tourists to Ukraine and bookings made for the 2022 season, the industry's revival was short-lived [1]. With rising tensions between Ukraine and Russia at the start of the year, an increasing number of bookings were canceled, leaving the tourism industry in its worst-ever situation. This article focuses on analyzing the current state and predicting future losses, with the aim of finding ways to preserve Ukraine's tourism industry for future generations.

Current state of tourism in Ukraine. The tourism industry in Ukraine has been growing steadily over the past few years. According to the State Statistics Service of Ukraine, the number of foreign tourists visiting Ukraine in 2021 increased by 16,2 % compared to the previous year. However, the number of tourists is still relatively low compared to other countries in the region.

Despite the losses suffered by the tourism industry of Ukraine due to the war, in the first six months of 2022, the amount of the tourist tax amounted to 89 million 420 thousand UAH, which is almost 28,8 % more compared to the same period in 2021 — when the budget received 69 million 453 thousand UAH [2].

Analysis of recent research and publications. Many Ukrainian researchers have observed the critical state of the tourism industry, which was one of the hardest-hit sectors during the Russian invasion, and are now proposing ways to save tourism in Ukraine. Through analysis of the tourism industry's development in countries that have experienced armed conflicts, including Croatia, Israel, Cyprus, Egypt, and others, Boyko V. O., Dalevska N. M. [3], and O. Fastovets [4] have identified Ukraine's resource potential for developing various types of tourism after the war ends. These researchers have proposed several promising forms of tourism for Ukraine, including medical, ecological, ski, gastronomic, and dark tourism in territories that were previously occupied by Russian troops.

Presentation of the main research material. By learning from other developed countries that have faced national disasters, Ukraine has the potential to update its emergency action plans for the future.

The success of enhancing Ukraine's tourism industry is linked to the earlier phases of the restoration of tourism, yet it will continue the ongoing movements to make tourism more eco-friendly and humane. Ecological tourism will be centered around mountain health trips, river rafting, rock climbing, and cave exploration.

Humanizing tourism will focus on creating leisure activities that boost general health and cultural development.

In the near future, transport logistics will be impacted by ecological conditions and require the renovation of transportation routes, airports, bridges, as well as water and electricity infrastructure. To establish a foundation for reconstruction, the primary transportation, water, and electricity connections will need to be repaired. The infrastructure renovation can also provide an opportunity to modernize Ukraine's communication network.

Additionally, a new type of tourism, known as dark tourism, is expected to become popular, with variations such as military zone tourism and necropolis tourism paying homage to heroes.

Conclusion. The analysis of losses in Ukraine's tourism industry caused by the war with Russia revealed significant direct and indirect impacts. The reduction in the number of tourism businesses, destruction of tourism assets, and the decrease in future tourism revenues all contributed to the overall losses. The estimated cost of restoring the tourism industry is substantial, but essential for the recovery of the Ukrainian economy. A phased approach to restoration is proposed, which includes measures for repairing damaged tourism assets, restoring transportation infrastructure, and marketing efforts to develop existing and creating new types of tourism in Ukraine.

References

1. Vidnovlennia turystychnykh potokiv: u 2021 do Ukrainy pryikhalo ponad 3 mln inozemtsiv (2022) [Restoration of tourist flow: more than 3 mln foreigners in 2021 arrived in Ukraine] Retrieved from: https://mtu.gov.ua/news/33238.html.
2. State Tourism Development Agency: Turzbir v Ukraini za pershe pivrichchya 2022 roku zris mayzhe na 29 % (2022). Retrieved from: https://www.tourism.gov.ua/blog/turzbir-v-ukrayini-za-pershe-pivrichchya-2022-roku-zris-mayzhe-na-29.
3. *Boiko V. O., Dalevska N. M.* (2022) Rozvytok turyzmu pislia zbroinykh konfl iktiv u riznykh krainakh svitu [Development of tourism after armed confl icts in diff erent countries of the world] Upravlinnia zminamy ta innovatsii. Retrieved from: http://cmi.politehnica.zp.ua/index.php/journal/article/view/.
4. *Fastovets O.* (2022) Post-war tourism: experience for Ukraine. Economy and Society, (40). Retrieved from: http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1481.

D. O. SYTNYK
a graduate of the first (bachelor) level of higher education,
National Aviation University, Kyiv

DEVELOPMENT OF TRANSPORT AND LOGISTICS OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF MODERN GLOBAL CHALLENGE

The organization of both passenger and cargo transportation has always been a relevant and successful field of activity. With the beginning of the Russian invasion, the transport business of Ukraine did not undergo a major collapse, because the demand for passenger transportation from the east of the country to the west increased significantly, and the need for the transportation of humanitarian aid and military equipment appeared. However, there were certain difficulties, as Ukraine was left with the possibility of sea and air communication. In this regard, carriers are looking for alternative options for transporting goods, mainly using multimodal transportation in a combination of rail and road transport.

Due to the constant missile threat, no airport has been operating on the territory of Ukraine since February 24, 2022, so the entire business related to air transportation is in crisis. Today's conditions at such a pace can lead Ukrainian air carriers to bankruptcy, given the already difficult situation of the company in recent years due to the Covid-19 pandemic. However, such problems were encountered not only by domestic carriers, but also by foreign carriers that had basic connections with Ukraine.

Despite the closed airspace over Ukraine, domestic air carriers operate on the territory of foreign countries. For example, since the beginning of the war, planes of the Ukrainian airline SkyUp made 4,219 flights and transported 619,527 passengers in 227 directions. In the first months of the war, the company transported about 112 tons of humanitarian cargo [2]. This proves that, despite all the circumstances, the aviation business of Ukraine is progressing and not standing still. With the end of the war, aviation will not flourish quickly, because at first there will be a need for the airport infrastructure to be restored and reconstructed.

Before the invasion of Russia, approximately 75 % of export-import goods in Ukraine were sent by sea, which immediately became impossible due to the occupation of most regions of the country that have access to the seas and due to possible shelling of sea cargo ships. Therefore, at present, none of the sea ports of Ukraine is able to function in the usual mode, some of them have stopped their activities, of the river ports — only a few in the Danube direction are working, mainly for the export of goods. Currently, only the Danube ports are promising, they were not in demand before the war, but now they have become important for the transportation of goods by waterways. This proves the importance of finding alternative transportation.

In the post-war period, the restoration of port infrastructure will take more than one year. Business in the field of sea transportation has stopped for a long time, because it takes too much time to repair all the destroyed terminals, berths, and depths.

With the beginning of the war, "Ukrzaliznytsia" became the main evacuation structure and organizer of the logistics system for the transportation of humanitarian goods. Despite the functioning of railway transport, freight transportation has more than halved due to the destruction of a large number of tracks as a result of shelling and a reduction in the volume of goods produced in Ukraine [3].

Since transport logistics has undergone significant changes, changing the main mode of transport for freight transportation from sea to rail, it is difficult for Ukrainian business to adapt to new conditions. Before that, foreign railways are unable to accept such a quantity of exports, because there is a shortage of locomotives, the railway infrastructure is not ready to increase transportation, and the carrying capacity of foreign railways is limited [4].

Today's conditions force logisticians to work many times more, because now when planning the transportation process, it is necessary to take into account the curfew, document verification at roadblocks, cargo inspection. Specialists also need to plan a new route in advance because of the threat of new attacks. During the war, it is necessary to find new ways and processes as quickly as possible, which determines the need for highly qualified logisticians.

After the war, Ukraine's logistics will change considerably. The logistics system will be able to instantly react to external threats and adapt to them. Transport corridors passing through the territory of Ukraine from Russia and Belarus will not function on the territory of our state. Therefore, after the war, Ukraine has every chance to become a new transport artery between Europe and Asia. Cargo from the East will go through the Black Sea to Ukraine, and then to the EU, which is why Ukrainian transport routes will be involved in the Trans-European transport network.

References

1. Aviation rules of Ukraine "Rules of air transportation and service of passengers and baggage". [Electronic resource]. Access mode: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0141-19#Text.
2. Special military issue of "Forbes" magazine No. 3 August-September 2022. [Electronic resource]. Access mode: https://forbes.ua/news/noviy-boeing-ta-4219-reysiv-yak-pratsyue-aviakompaniya-skyup-pid-chas-viyni-13092022-8293.
3. Ukrzaliznytsia Official site. [Electronic resource]. Access mode: www.uz.gov.ua.
4. *Koznova O.* Business against raising tariffs for railway transportation — EBA. [Electronic resource] // article. Access mode: https://biz.ligazakon.net/news/212379_bznes-proti-pdvishchennya-tarifv-na-zalznichn-perevezennya---ba.

Scientific supervisor: *Nadia Novalska, Ph.D. in Economics, docent*

H. V. ZHUKOVA
PhD, National University of Ukraine on Physical Education and Sport

T. M. BULGAKOVA
PhD, National University of Ukraine on Physical Education and Sport

FEATURES OF THE IMAGE OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF CURRENT GLOBAL CHALLENGES

The relevance of research is determined by the need for a comprehensive analysis of social policy's transformation in the era of globalization. Full-scale military aggression of Russia made our country one of the main participants in world socio-economic development. Solving problems requires a complete approach to reforms, the most important element of which should be reforming the management system in the social sphere. The formation of new principles of the organizational and economic mechanism takes the main place.

The analysis of research in the field of forming a positive image of the state showed that there are scientific prerequisites for solving research tasks. Governments have always been interested in creating an attractive image that contributes to effective foreign policy. Nations spend significant funds on building their reputation in the eyes of the world community in the conditions of globalization and competition [1; 2].

The process of the revival of Ukrainian national consciousness, the formation of symbols and life meanings was determined by the significant role of global influence's elements, which was manifested in the predominantly global self-identification of population. The problems of internal socio-economic transformations in Ukraine forced a significant number of workers to look for sources of income abroad. The collapse of the system of Soviet institutions led to the replacement of national rules and norms of behavior regulation by more local forms. That meant that various components of globalization were reflected in the structure of Ukrainian values quite unevenly and contradictory.

The influence of globalization spread most easily in the sphere of action of material consumption's motives. At the same time, the status of the values of a comfortable life and satisfaction significantly increased, which gave a powerful impetus to consumer demands for the quality of goods and services. The values of social recognition and self-respect also began to materialize and become significantly more associated with the possession and consumption of goods and material objects. Non-economic values began to recede into the background, as they were mostly discredited by association with past ideological concepts.

The intensification of large-scale global challenges and the instability of socio-economic development processes in the current military conditions are combined with specific factors of instability. This is due to the problematic course of

Ukrainian socio-economic transformations, which is connected with the need to ensure the country's security.

Globalization is organically connected with the processes of the information revolution and the development of transnational structures on this new technological basis. This creates complications in the processes of self-identification of an individual in society. The process is stimulated by the fact that the socio-economic transformations that have taken place in Ukraine for more than two decades have led to a significant reduction in the role of pedagogical activities. This especially applies to persons in the psychological and pedagogical professions, whose careers have an international dimension. At the same time, the values of the intellect and aesthetics have obvious losses in the fight against the aspirations of a purely material kind. This forces a considerable number of scientists to seek the application of their abilities outside the country, and the spread of network structures simplifies this task.

The development of Ukraine should be based on the practical embodiment of humanistic values. The formation of an appropriate doctrine in the humanitarian sphere is the main task for Ukrainian intellectuals and politicians. Freedom, which is a basic value for Ukrainians, is the best environment for the realization of a person's intellectual potential, which is the key capital of the modern world.

References

1. *Arroyo A. L., Maurer N.* History never really says goodbye: A critical review of the persistence literature // *Journal of Historical Political Economy*. 2021. № 1 (1). P. 31–68.
2. *Klassen S., Ortman S., Lobo J., Evans D. H.* Provisioning an early city: Spatial equilibrium in the agricultural economy // *Journal of Archaeological Method and Theory*. 2022. № 29 (3). P. 763–794.

До збірника включено тези доповідей учасників, які досліджують актуальні проблеми економічного, соціально-культурного, інвестиційного та інноваційного розвитку економіки регіону.

Наукове видання

І Міжнародна науково-практична інтернет-конференція

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

Матеріали конференції

23 березня 2023 р.

Комп'ютерне верстання *Н. В. Коваленко*

Формат 70×100[1]/[16].

Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)
03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2

Свідоцтво
про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції
ДК № 7066 від 04.06.2020